

<<视频营销>>

图书基本信息

书名：<<视频营销>>

13位ISBN编号：9787506043663

10位ISBN编号：7506043661

出版时间：2012-1

出版时间：东方出版社

作者：凯文·纳尔蒂

页数：213

译者：钱峰

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<视频营销>>

内容概要

看着凯文·纳尔蒂的电影，我忍不住大笑起来。
这在我家里已经变得司空见惯。
当我这样做时，我的妻子和女儿只是眨眨眼睛，像对待一个精神紊乱的80岁的老爷爷一样。
这一次，惹我发笑的罪魁祸首是凯文·纳尔蒂的杰出电影《商城恶作剧》，这部电影已在YouTube上被观看过650万次之多。
接着，我开始大笑起来，因为《商城恶作剧》这部电影的重点在于凯文的妻子，我所能想到的便是，能与凯文一同生活，他的妻子是多么幸运，因为凯文是如此令人愉悦。
不过等等……或许与他住在一起也有点儿糟糕，因为他似乎很惹人烦。

<<视频营销>>

作者简介

凯文·纳尔蒂(Kevin H.Nalty)在YouTube上被人们称为“Nalts”，他是一位职业营销人员，同时也是YouTube网站上点击率最高的喜剧演员之一。之前纳尔蒂曾担任默克公司和强生公司的营销总监，最近，他还协助福克斯广播、微软、洲际酒店集团、考克斯通信、可口可乐公司等知名品牌进行在线视频营销。

<<视频营销>>

书籍目录

序	
引言	
致谢	
第1章 作为一名营销人员至少需要知道的营销人员应该了解的有关在线视频的八个要点	
在线视频营销的演变	
在线视频营销主题	
可衡量性	
ADHD世代行销法	
所以说,你依旧希望视频具有病毒性?	
第2章 从滑板猫到职业滑板手的不同视频特色	
在线视频内容的三种特色	
隐藏特色举例	
利用隐藏特色做广告	
专业人士与业余人士	
第3章 病毒营销是死路一条	
为什么说病毒营销是死路一条	
病毒视频的七宗罪	
病毒视频的八条不可改变的规律	
使视频成为病毒视频的因素	
第4章 视频在营销渠道中扮演的角色	
从好奇到亲近:客户案例研究	
借助YouTube提高流量	
视频与企业传播	
第5章 在线视频:最感官的社交媒体形式	
在虚拟社区中发现在线视频的主力军	
真实的聚会	
视频:超越所有的社交媒体	
第6章 带你进入YouTube	
YouTube入门	
营销人员如何使用YouTube的参考	
YouTube的秘密	
Google和YouTube的秘诀	
第7章 广告公司如何定位自己的角色	
吸取过去的经验教训	
广告公司如何进入社交媒体	
具有启示性的案例研究:你永远看不到的快餐食品在线视频广告	
品牌公司的内部争斗	
放弃对品牌形象的控制绝非易事	
公共关系VS市场营销	
在线视频创建者:制作人or发布人	
自相矛盾的品牌化娱乐	
第8章 学习在线视频明星的成功经验	
网络明星的诞生	
网络明星如何谋生?	
案例研究:Discovery频道中的大白鲨	

<<视频营销>>

第9章 利用网络明星进行营销

面临的挑战

“网络明星代言”与传统广告的不同之处
在线视频和其他媒体的比较——每次观看成本

.....

第11章 测量投资回报率和线上视频的表现

第12章 视频搜索引擎优化

第13章 如何让你的视频在YouTube上广受欢迎

第14章 你能够从在线视频中获利吗?

第15章 为企业家或事件营销服务的游击视频

第16章 学习“奥巴马女孩”

第17章 内幕消息——幕后

第18章 在线视频的未来

<<视频营销>>

章节摘录

版权页：插图：只要你说出一个没有将病毒化列入营销计划的营销人员，我就会告诉你能够获利的在线视频网站。

推动式营销手法——比如强迫观众浏览广告——正在逐渐失去影响力。

定时移位电视（利用硬盘数字录像机和数字视频录像机）赋予了观众跳过广告的能力。

许多受欢迎的电视节目的观众正开始转向其他媒介，并且观众群也逐渐细化。

随着付费搜索的价格不断上涨以及横幅广告点击率的不断下降，在线广告的道路正变得越来越难走。

考虑到病毒视频的可变成本比较低，很自然，广告商们都希望涉足该领域。

通过分享在线视频来推广产品和吸引广泛观众，实际操作远远要比看起来困难。

不管如何，如果你坚持尝试，为了节省时间和金钱，请避免“借助病毒视频做广告的七宗罪”。

1. 创造棕白色的奶牛。

作家赛斯·高汀曾用“紫牛”一词来形容成绩非凡、迫使人们关注并愿意与他人分享的产品。

如果你确实希望自己的在线视频能够在日益拥挤的市场空间中突围，那么你就需要努力使其成为“紫牛”。

当然，如果视频拥有令人震惊、引发争议、富有魅力、古怪或是搞笑等效果，那么成功的机会就会增加。

不过。

这有时候也会颠覆产品或服务的性质。

由此产生的问题是，病毒视频所能带来的短期收益值得抵消可能出现的品牌定位损害吗？

2. 假装不是在做广告。

没有什么能与私下说服更能使消费者觉得恼怒了。

《戈尔的企鹅军团》就是一部有趣的经典视频，该视频中，公共关系的议程暴露无遗。

不管是在线视频还是其他社交媒体，透明度都是非常重要的。

<<视频营销>>

媒体关注与评论

<<视频营销>>

编辑推荐

《视频营销》是由东方出版社出版的。

<<视频营销>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>