

<<微博营销实战手册>>

图书基本信息

书名：<<微博营销实战手册>>

13位ISBN编号：9787508838908

10位ISBN编号：7508838904

出版时间：2012-10

出版时间：龙门书局

作者：前沿文化

页数：215

字数：312000

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>

<<微博营销实战手册>>

内容概要

前沿文化编著的《微博营销实战手册》通过客观的分析和真实的案例，对于微博营销的手段、方法、流程进行完整清晰的讲解，并且十分关注具体实现的细节，力求让您真正掌握如何进行微博营销。

《微博营销实战手册》总共有8个章节，首先介绍了微博和微博营销的基本知识和现实情况，随后介绍了微博的创建思路、包装方法、营销策略、内容建设、整合互动、辅助工具的使用等实战经验与技巧，最后还对若干不同类型微博营销的成功案例进行了细致讲解和深入分析，力求让您将微博营销融会贯通、举一反三。

本书适合各类微博营销的从业者、实践者和参与者。

<<微博营销实战手册>>

作者简介

微博营销资深专业人士，微博营销与管理领域的先驱者，策划了多起轰动性营销案例，实践经验十分丰富

<<微博营销实战手册>>

书籍目录

- 第1章 微博为什么这么火
- 第2章 微博140字的营销价值
- 第3章 走出第一步——让企业微博光鲜照人
- 第4章 耕耘要持之以恒——企业微博气场养成记
- 第5章 企业微博营销之内容策略
- 第6章 企业微博营销之互动整合
- 第7章 微博小工具之营销运用篇
- 第8章 细数更多组织与机构的微博化之路

<<微博营销实战手册>>

章节摘录

版权页：插图：海底捞官方微博上关于事件说明的几条微博均被上千次转发或评论，这个事件其实更加让人看到了一个真实的有态度的企业。

试想如果没有微博，它又怎能第一时间公开真相，争取媒体和大众的理解。

所以说，正是因为有了微博，有了微博巨大的传播力和号召力，才得以有海底捞这样的公关活动的成功。

如何把握公关传播的度 微博上聚集了中国50%的网民，加之其易传播性和几何式传播特性，所以它是企业开展公关不可或缺的工具。

如不正视，必将带来社会的信任危机。

比如锦湖轮胎质量门事件，锦湖轮胎在被曝光之后先是“拒不认错”，表示轮胎不存在质量问题。

这样的态度首先让消费者对其品牌形象大跌眼镜，也由此引起媒体的更大关注，并最终引起更大的负面舆论，后来虽数次通过微博澄清和保证，不过早已换不回用户的信任。

互联网注定不是一对一的传播模式，而是一对多的模式，特别是在微博上，企业开展网络公关就是希望在网民中树立自己的形象和口碑，与网民搞好关系，争取他们的主动传播。

企业好的消息要在第一时间内传播出去，不好的消息也要在第一时间澄清，并予以解释，这二者都是希望在最短时间内让尽可能多的人看到，目前除了微博没有其他平台可以做到。

3 微博对危机公关的机会与挑战 近年来，微博成为重要的信息传播渠道，已成为政府、企业、机构和个人进行危机公关的重要平台。

社会化媒体的到来，使得传播由“教堂式”演变为了“集市式”，每个草根用户都拥有了自己的“嘴巴”，微博自然也就成为了“品牌舆情”的重要阵地。

越来越多的公司企业都在微博上追踪对其品牌的评价，监测舆论情况。

微博中这些真实的声音，可以帮助企业迅速触摸到消费者对产品的感受，以及最新的需求，获取市场动态乃至公关危机的先兆。

微博最可能成为舆情引发的信息源，为报道提供全新的及时互动模式。

微博提供了官方和民众沟通的又一渠道，是政府舆情监测的重要平台，微博在企业的口碑监测和危机公关方面都具备极大的利用价值。

这些都是微博对危机公关的一些机会。

那么，微博时代对危机公关又有哪些新的挑战呢？

（1）危机源头无处不在。

微博时代，人人都是媒体、人人都是观众，人人都是演员，由于发布者的不可知性，任何一个人都可以是危机发生的触发器，任何一个细节都可能是危机的诱发因素，我们也许能控制某一个媒体，但我们无法控制每一个人。

（2）信息没有价值，注意力才有价值。

伴随着人人都是媒体的时代的来临，我们也面临一个很大的挑战，那就是信息没有价值，注意力才有价值。

而这个挑战的残酷性在于：好消息通常不能吸引注意力，而能够吸引注意力的往往是坏消息。

（3）“扩音器”作用明显。

“微博或论坛曝光—网民关注—传统媒体报道—网络转载—网民议论放大—更多媒体关注—更多社会关注—事件升级，掀起高潮”，这种令人恐怖的裂变效应，往往使企业措手不及。

（4）垃圾累积效应。

负面信息一经发布，就会被不断谈论、转载，甚至被丑化，就像没有回收的垃圾一样，散发着臭味。当累计达到一定量之后，就覆水难收了。

<<微博营销实战手册>>

编辑推荐

《微博营销实战手册》凝结了到目前为止微博营销实战中的运作规范、运作经验和运作技巧。之所以要说明是“到目前为止”，是因为微博的变化和演化实在太快——以新浪微博为例，私信、微群、微博广场、微博游戏、微博应用、微博开放平台、企业版微博等等，都是逐渐增加的模块。可能在大家看到这本书的时候，各大微博平台又提供了更多、更新、更有趣的应用，因此，《微博营销实战手册》的主旨是告诉大家一些微博营销的基本规律、运营框架和常用手段，权当“授之以渔”。

<<微博营销实战手册>>

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>