第一图书网, tushu007.com

<<內容行銷塞爆你的購物車>>

图书基本信息

第一图书网, tushu007.com

<<內容行銷塞爆你的購物車>>

內容概要

■ 內容簡介
沒有好的內容，休想讓顧客買帳！

每個行銷人都知道，行銷法則已經今非昔比了。

與其大聲嚷嚷產品的優勢，顧客真正想要的是能幫助他們改善生活的寶貴內容。

《內容行銷塞爆你的購物車》不談艱澀難懂得行銷理論，而是一本如何應付新世代買方的實用行銷書。
在這個消費者購買行為徹底改變之際，本書運用多個成功故事和案例，幫助行銷人了解如何運用「內容行銷」，打開顧客的錢包。

本書重點包括了：
■如何與潛在與既有顧客建立對話，讓他們願意掏腰包向你購買產品？

■成功的內容行銷如何讓顧客群加速成長、增加營收，以及改善績效？

■如何真正了解你的顧客、他們關心什麼、什麼是與他們溝通最好的方式？

■如何透過印刷品、網路傳遞重要的內容，並與顧客建立關係？

■何發展一套內容行銷策略的流程？

■如何把豐富的資源使用在不同的內容行銷元素中？

你正身處於內容變革漩渦之中，這是我們任何人過去從未見過的變革，卻也是企業夢寐以求直接與顧客溝通的最好機會。
所以，盡你所能地在書上做記號、將重要的部分折起來、隨意記筆記。
做任何你必須做的事，好讓這本書立即發揮作用吧 ！

名人推薦
奧美集團董事長　白崇亮
味丹企業董事長　楊頭雄

第一图书网, tushu007.com

作者简介

喬．普立茲（Joe Pulizzi）
內容行銷的作者、講師及熱心提倡者，致力協助企業製作更好的內容，以便讓利潤得以提升。
喬是內容行銷運動的創始人之一，他於2007年推出Junta42.com網站，成為那些對內容行銷及客製化出版真得有興趣的人的線上資源。
Junta42網站的「配對（Match）」服務是業界唯一客製化出版與內容行銷的專屬線上市集。
由於他的努力，美國商業媒體（American Business Media）於2008年評選他為「年度客製化媒體改革者」（Custom Media Innovator of the Year）。
他曾擔任奔騰媒體公司（Penton Media, Inc.）客製化媒體副總裁，並二度擔任美國商業媒體的客製化媒體主席，目前服務於客製化出版協會（Custom Publishing Council）委員會。

努特．巴瑞特（Newt Barrett）
航行者媒體公司（Voyager Media, Inc.）旗下內容行銷策略公司（Content Marketing Strategies）的總裁。
內容行銷策略公司協助中小型企業利用能精準吸引標地顧客、且適切的內容提升營業額。
努特也擔任ContentMarketingToday.com的部落格主，
ContentMarketingToday.com是一個教育性質的網站，致力協助行銷人員找出能與顧客建立關係的新方法，包括印刷、線上與面對面等。
努特是一位傑出的出版界主管，有25年以上的相關經驗，曾經協助CMP、立夫大衛斯媒體集團（Ziff Davis Media）、奔騰媒體公司及西南佛羅里達商業（Southwest Florida Business）等組織推出出版品。

譯者簡介
黃貝玲
澳洲Bond University商業資訊管理學士及企業管理碩士。
曾擔任《電子時報》網際網路研究員、《電子化企業經理人報告》主編、《資誠通訊》主編。
現為自由文字工作者，譯有《控制狂進化論》、《坦伯頓投資法則》、《Google衝擊》、《從餐桌上學到的職場智慧》、《CEO創業學》、《誰說行銷不重要？
》、《微軟思想工廠》、《聰明=100%成功》、《企業對企業之一對一行銷》、《海龜法則實踐心法》等書。

第一图书网, tushu007.com

<<內容行銷塞爆你的購物車>>

书籍目录

序　保羅．齊林
引言
Part 01　面對內容行銷大變革
第一章　採行內容行銷
第二章　企業採行內容行銷的六大理由
Part 02　如何讓內容行銷順利運作
第三章　個人及組織如何培養內容行銷心態
第四章　如何選擇最吻合你策略的內容類型
第五章　創造卓越的內容
第六章　將「行銷」置入內容行銷
Part 03　向聰明的型銷商請益——最佳實務成功故事
第七章　最佳實務成功故事綜述
第八章　沒錯，內容行銷也能讓焊接變酷
第九章　創意十足的內容行銷讓小蝦米可以對抗大鯨魚
第十章　終於出現既了解嬰兒潮世代、也了解部落格的公關公司了！

第十一章　如何協助一流的非營利組織建立世界級網站——在不花大錢的情況下
第十二章　獨資創業英雄——即使是微型網站也能讓內容行銷成功
第十三章　內容行銷成功提升澳洲公司的營收
第十四章　內容行銷策略交給北美信託就放心了
第十五章　善用內容行銷提升與會員及社區的關係
第十六章　在百思買，一切都是為了強化顧客關係
第十七章　利用內容行銷加速接受新觀念或新產品
第十八章　保存內容的價值
第十九章　湯馬斯網——內容行銷專家中的專家
第二十章　電子郵件軟體廠商傳授顧客有效行銷之道
第二十一章　英國律師事務所利用內容行銷建立強勢新品牌
第二十二章　洛克威爾利用具成本效的內容行銷拓展國內外市場
Part 04　讓所學付諸行動
第二十三章　從成功者身上學到的十大內容行銷課題
第二十四章　深入的個案研究——從頭至尾擬定一套內容行銷策略
第二十五章　行銷倖存者

第一图书网, tushu007.com

<<內容行銷塞爆你的購物車>>

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