

<<電子報成功術>>

图书基本信息

书名：<<電子報成功術>>

13位ISBN编号：9789862482520

10位ISBN编号：9862482524

出版时间：2012-3-24

出版时间：寶鼎出版

作者：平野友朗

译者：黃瓊仙

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>

<<電子報成功術>>

內容概要

一般人以為電子報沒有用處，其實原因出在執行不力，而非工具無效！

趨勢觀察家Mr.6指出，網路行銷這一行裡最古老的「發佈通路」，也就是透過e-mail發送的電子報，其實可以非常成功！

例如本身沒有網站的電子報The Daily Candy，在2003年以300萬美金賣給創投，該創投轉手便以1.25億美金賣出！

簡單的電子報公司居然價值非凡，呼應了日本電子報專家、本書作者平野友朗先生的觀察：「一般人以為電子報沒有用處，其實原因出在執行不力，而非工具無效！

」
平野先生取材多年輔導實務經驗，剖析一般公司常在這些地方做錯了！

包括用錯人、目標和實踐方式背道而馳等等，並解答9種撰寫/發送常見問題，務必解決發送電子報效用差勁的各項狀況題。

發行電子報，最害怕的就是用錯方式！

協助經營者調整過數千份電子報、在電子報領域堪稱神人的平野先生，分析電子報有兩種型態：「農耕型」與「狩獵型」。

常被人視作垃圾信的電子報多屬「狩獵型」，發行目的是煽動消費者立即購買。

狩獵型電子報會下聳動標題，譬如「最後機會，大拍賣！

」、「只剩九小時！

再買不到這麼便宜的商品！

」
非常擅長運用「狩獵型」電子報賺取立即業績的平野先生，對這類電子報的重點知之甚詳，卻也發現其中隱藏的大缺點——這種做法確實能讓業績在短期內大幅攀升，卻難以招攬回頭客。幾經探究，他發現「農耕型」電子報才能為公司帶來長久的業績基礎。

農耕型電子報的精髓是培養消費者，透過一次次的接觸與溝通，與消費者建立長遠的信賴關係，從而能將業績最大化、壯大品牌效力。

電子報做得精采，就不怕沒有人訂閱？

就算內容有一定的水準，讀者還是很有可能會取消訂閱。

因此經營電子報必須持續新增名單，至少要保持「訂閱數 > 取消訂閱數」的情況，否則只會每況愈下。

儘管狩獵型電子報可以在名單枯竭之前，短時間重複與相同的讀者接觸，但光是這樣，名單不會成長。

農耕型電子報的目的亦在讓名單成長，保持適當的接觸頻率與次數，與對方保持舒適的距離感，這樣一來，對方會在需要的時候想起這份電子報。

正因為名單在電子報行銷裡萬分重要，取得名單便是另一項工作重點。

在免費和付費兩大方向下，介紹七種以上管道的優缺點和特性，以及建議嘗試的先後順序。

其實，電子報的作用遠遠不只是eDM！

<<電子報成功術>>

熟悉日本電子報發展現況的平野先生，在全書最後分享「銷售以外」電子報還能發揮哪些神奇的行銷作用，比如找到認同公司理念的求職者、取得第一手的消費者喜好報告等等。

不管是剛進公司，被指派做電子報這項吃力不討好的工作，還是想要自己創業，透過電子報招攬生意，或者為了建立某種專業形象，期待透過電子報累積追隨者，本書都是不看可惜的經典之作。

加值收錄，在地報告！

「5種內容x2種電子報型態」發行策略賞析

看完日本電子報專家的剖析，卻覺得少了案例，不知道如何實際應用在自己的行銷領域？

本書研討全台各式電子報，最後挑選出十份各具特色的優秀名單；有的版面超簡單、卻能直直抓住讀者的心，有的擅長精準行銷、透過資料庫抓住利基消費群，有的號召支持者，透過一封封的電子報凝聚社群意識……。

十份電子報分為五種類別：旅行、不動產、消費商品、出版品、社會公益，各有農耕型與狩獵型電子報兩種類型。

透過實際案例，再次印證好的電子報能帶來成功。

原書《創意：電子報當道》更新版

<<電子報成功術>>

作者簡介

平野友朗

1974年出生，日本北海道人。

筑波大學人類學系（專攻認知心理學）畢業後，曾於廣告公司任職，後來自行創業。

目前是「愛．溝通」有限公司董事長，也是日本唯一的專業電子報顧問。

他所發行的電子報「電子報成功法則～電子報專家的思考模式」(MAGUMAGU ID：0000115344)有超過12萬人訂閱。

八年來專心於顧問工作，並到處演講，已經協助過3000種以上的電子報，不管是白手起家的創業家、中小企業或是上市上櫃公司爭相諮詢，是網路相關商業經營業務的專家。

<<電子報成功術>>

書籍目錄

作者專訪平野友朗：商業就是一種溝通，而溝通的基礎是信賴

自序善用電子報，闖出網路事業一片天

第1章 這是錯的！

錯誤百出的電子報發行！

這是錯的！

(一)只要交給懂電腦的員工處理即可？

這是錯的！

(二)讀者人數，越多越好？

這是錯的！

(三)發送工具越新越好？

這是錯的！

(四)可以只依賴「MAGUMAGU」發送系統嗎？

這是錯的！

(五)電子報就是DM嗎？

第2章 大家都忽略了！

電子報發行四大基本準則

四大準則！

(一)發行目的必須明確！

四大準則！

(二)仔細思考，由誰負責撰寫內文！

四大準則！

(三)選擇有效率的發送方法！

四大準則！

(四)目標鎖定於名單的資產價值！

第3章 絕對要堅持！

電子報的撰寫/發送方法

撰寫/發送方法！

(一)真實地表達撰寫者的感情吧！

撰寫/發送方法！

(二)善加利用專家來寫電子報！

撰寫/發送方法！

(三)讓想表達的事情，具備「故事性」的情節！

<<電子報成功術>>

撰寫/發送方法！

(四)懂得抓住讀者的「心」！

撰寫/發送方法！

(五)將設計電子報當成寫「情書」！

撰寫/發送方法！

(六)選擇合適的發送方法！

撰寫/發送方法！

(七)留意適當的發送頻率

撰寫/發送方法！

(八)瞭解業績與發送頻率的關係！

撰寫/發送方法！

(九)電子報要與個人網站產生連動關係！

第4章 絕對不會失敗！

電子報的集客方法

集客方法！

(一)配合舞台，練習發行策略！

集客方法！

(二)研究獲得讀者的手段！

集客方法！

(三)選擇能引起迴響的集客方法！

集客方法！

(四)觀摩、學習電子報經營成功者的「用心」！

第5章 電子報活用技巧進階版！

活用技巧！

(一)以「一對一」模式來接近讀者

活用技巧！

(二)「解析」電子報的效果

活用技巧！

(三)利用「資料連動型」的發送系統

活用技巧！

(四)利用「步驟郵件」，增加接觸機會

活用技巧！

(五)以電子報「架構」取勝

活用技巧！

(六)利用電子報募集人才

活用技巧！

(七)「農耕型」與「狩獵型」，記得要分類使用

<<電子報成功術>>

Appendix 全台10強！

5種內容x2種電子報型態發行策略賞析

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>