

<<社群新經濟時代：生活與商業行銷>>

图书基本信息

书名：<<社群新經濟時代：生活與商業行銷模式大進化！>>

13位ISBN编号：9789866602931

10位ISBN编号：9866602931

出版时间：2010年

出版时间：財信出版

作者：艾瑞克．奎爾曼,Erik Qualman

译者：洪慧芳

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>

## <<社群新經濟時代：生活與商業行>>

### 內容概要

同時攻佔美國、英國、加拿大、德國亞馬遜暢銷總榜第1名的重量級鉅作  
沒有社群媒體，歐巴馬無法當選美國總統  
在Facebook和Plurk上浪費時間，其實讓你更有生產力  
能掌握社群媒體的人，一定會贏！

寧可在社群媒體上犯錯，也不要置身事外！

社群新經濟時代已經來臨  
你準備好了嗎？

Facebook、YouTube、Twitter、Plurk等社群媒體平台在近年迅速走紅。  
它們不只是聊天、玩樂、打發時間的工具，事實上，社群媒體已經徹底顛覆商業與消費者行為。  
即時通訊功能讓成千上萬人彼此相連，不僅影響人們的社交生活，也促成了龐大的社會經濟轉變，徹底改變消費者與企業之間的溝通與互動模式。

社群媒體的威力強大，它可以在一夕之間，迅速強化或摧毀品牌。  
不論個人或企業形象皆然。

對個人使用者而言，社群媒體能讓使用者輕鬆與外界交流。  
同時，眾多個人集成的龐大社交圈，也將形成極有效率的推薦機制，取代搜尋引擎，讓使用者迅速找到好的產品及眾多實用資訊。  
在本書中，將有許多實際案例說明個人應如何適當使用社群媒體，讓生活更充實、更豐富、更有效率。

對企業而言，由於眾多個人使用者（也就是潛在消費者）對社群媒體的依賴漸深，如今傳統廣告已不如同儕意見或網路評鑑機制更能打動消費者。  
直接鎖定消費者的行銷訊息將逐漸失效。  
眾多成功的企業，如今已將社群網站視為龐大焦點團體，以及迅速和消費者交流的工具。

作者奎爾曼對網路行銷有深入研究，書中將針對社群媒體對商業的影響提出有趣論點，說明未來前景，以及企業應如何善用這股趨勢。  
同時並探討社群媒體如何改變企業生產、行銷、銷售產品的方式，例如淘汰效率不彰的行銷策略與中介者。  
而企業又該如何透過熱門的社群媒體平台直接接觸消費者，但又不會讓消費者覺得被冒犯或騷擾。

社群新經濟時代已經來臨，社群媒體勢必持續改變企業行銷產品的方式，以及消費者與企業間的互動。  
如果你是行銷人員或企業主，重點在於你如何跟上這些改變。  
想了解社群媒體的影響力，以及如何運用其效力拉抬業績、削減行銷成本、直接和消費者溝通，都可以在《社群新經濟時代》中找到答案。

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>