

指尖上的微博



[指尖上的微博_下载链接1](#)

著者:吴中宝

出版者:中国经济出版社

出版时间:2013-6-1

装帧:平装

isbn:9787513620420

微博，不只是一种生活方式，更是一种生活态度；
用户，不只是信息的接收者，更是信息的发布者；
企业，不只是产品的供应方，更是客户的贴心人；
指尖上的微博——为您深入解读微时代下的企业营销

作者介绍:

吴中宝，中国人民大学商学院博士，工业和信息化部国际经济技术合作中心信息部副主任。曾先后任职于康佳、华为、国家电网等企业，IT市场研究专家，知名财经作家和评论人，多次在新华社和人民日报《内参》上发表文章，曾获和讯华文财经图书大奖——最佳企业传记奖。

李桂玲，中国人民大学经济学院硕士，主要研究领域为国际商务、新媒体营销，对社交媒体营销有深入了解和独到见解。

目录: 前言

第一章 微博袭来，“微”力无穷

- 1.1 微博之言孕百态，前世今生话渊源
- 1.2 微博魅力无边际，陷入其中原为何
- 1.3 微博有如双刃剑，蝴蝶效应显威力
- 1.4 微博自身有价值，如何衡量有妙招
- 1.5 微博内容多元化，人人都是信息源
- 1.6 微博好似聚宝盆，商业思路如泉涌
- 1.7 群雄争霸为割据，几家欢喜几家忧
- 1.8 成功案例：万千“博”爱于一身 微博女王威力显

第二章 运营有道，粉丝千万

- 2.1 微博并无神秘关，拨开迷雾见云天
- 2.2 微博入门三课时，做足功课再进军
- 2.3 微博出彩靠内容，内容为王亦有道
- 2.4 有爱行遍大江南北，幽默博取红颜一笑
- 2.5 话题导入续前情，营销如水泛涟漪
- 2.6 粉丝增长靠秘籍，轻松实现三级跳
- 2.7 微博用户有规律，抓住时机效果佳
- 2.8 成功案例：得微博者得“天下”，凡客营销招招鲜

第三章 微博定位，内容为王

- 3.1 公司上马进微博，品牌如人亲民化
- 3.2 微博营销新时代，精准营销是关键
- 3.3 微博内容六大类，黏住用户赤诚心
- 3.4 微博角色有不同，排兵布阵助营销
- 3.5 微博营销靠内容，内容为王靠创意
- 3.6 讲述企业小故事，打开用户内心门
- 3.7 产品服务新上线，微博推广众人知
- 3.8 成功案例：试水微博有戴尔，排兵布阵助营销

第四章 微博推广，循序渐进

- 4.1 微博推广有利剑，细致规划斩荆棘
- 4.2 微博如网需人脉，博主资源很关键
- 4.4 微博排名要靠前，做好SEO是重点
- 4.5 人气微博有流程，按部就班莫要慌
- 4.6 微博推广有中心，五大主题要牢记
- 4.7 单枪匹马不可取，联合作战为上策
- 4.8 成功案例：伊利引领新潮流，球迷成为传播员

第五章 微博管理，内外兼修

- 5.1 第一印象要美好，一见钟情定乾坤
- 5.2 微博内容有边界，法律高压莫要踩
- 5.3 微博评论因人异，及时回复莫大意
- 5.4 微博转发很强大，内容尺度要把关
- 5.5 微博场上风云谲，危机宜疏不宜堵
- 5.6 老板带头写微博，上行下效共奋斗

5.7 激励员工发微博，约束机制要设计
5.8 成功案例：一颗红心向客户，左右微博燕高飞
第六章 两大法宝，话题活动
6.1 有奖转发类活动，企业惯用之手段
6.2 微博活动需策划，成败与否六因素
6.3 微博活动有平台，种类多样任你选
6.4 微博推广仍犯愁，话题讨论来帮忙
6.5 追求话题高境界，功于雕琢不留痕
6.6 大微博有小圈子，利用微群增粉丝
6.7 成功案例：发现美好，中粮的主题营销
第七章 营销不易，红线莫踩
7.1 微博营销有风险，三大纪律莫忽视
7.2 微博内容有红线，小心后院会着火
7.3 粉丝并非多就好，粉丝质量更重要
7.4 过分炒作不可取，用心运营才踏实
7.5 防不胜防现危机，万般谨慎不为过
7.6 微博营销有误区，小心谨慎莫大意
7.7 成功案例：诺基亚N8——发布会微博直播
第八章 个人用户，上帝使者
8.1 微博互动为核心，引领社交新模式
8.2 微博平等最可贵，企业再小也有戏
8.3 微博营销莫功利，亲民真诚钱自来
8.4 上帝增派小天使，个人用户莫忽视
8.5 微博搜索高价值，周边服务莫忘记
8.6 微博虽小资源多，用心挖掘帮大忙
8.7 成功案例：演绎小成本、高票房的《失恋三十三天》
第九章 微博发展正当时，曲曲折折向光明
9.1 网络经济模式多，微博电商难分家
9.2 微博营销无定式，电商企业耍个性
9.3 微博营销有模式，十大类别从中选
9.4 实用好玩有价值，大显身手APP
9.5 网络经济新特征，免费共享作底盘
9.6 半路闯进程咬金，两微相向谁为王
9.7 微博营销向何方，星光点点奔黎明
参考文献
• • • • • (收起)

[指尖上的微博_下载链接1](#)

标签

网络营销

营销

微博

评论

工作任务，不得不看的一些，太一般的书。目录很奇怪，是各种对联，不伦不类。但是内容反而比那本微博实战技巧更有意思。

在“道”上没有创新的地方，与市面上的其他书籍差异不大，但是在“术”上还是相当详细，对于新浪微博研究的比较透彻，具体的营销技巧和细节内容还是有可取之处，可快速阅读，摘取其中有用之处。

无用之书

[指尖上的微博_下载链接1](#)

书评

[指尖上的微博_下载链接1](#)