

就是忍不住要按讚！Facebook粉絲互動最強行銷術



[就是忍不住要按讚！Facebook粉絲互動最強行銷術_ 下载链接1](#)

著者:原裕

出版者:電腦人文化

出版时间:2013-5-16

装帧:平装

isbn:9789866009631

Engagement First!

打進顧客心坎裡的社群行銷！

粉絲不只是推銷的對象，更是幫你推銷的好幫手！

星巴克、無印良品、SONY、資生堂、日亞航、JCB、SUNTORY、LION...etc.

快看這些知名企業如何超越制式的商品行銷，豎立品牌的新概念

讓顧客愛上你家粉絲頁，主動幫你推薦！

這樣用Facebook最吸客！

不是只有宣傳自家產品才叫行銷！

想想看，如果有人每天吹噓自己有多好多好，

聽久了也會膩。

Engagement Marketing是最富感染力的行銷方式，

一個可愛的代表人物，

一則搞笑逗趣的漫畫，

一個簡單的互動小遊戲，

或者只是一張單純但卻精心設計的照片，

反而更能吸引讀者按讚分享。

想更了解Facebook的應用戰術？想與顧客建立持久的互動關係？

這是你必讀的一本書！

◎提高「互動性」的塗鴉牆交流術

把握特殊節日貼上應景照片、一天不要張貼太多訊息、多用問句結尾，經營粉絲頁可有不少撇步！

◎利用社群外掛元件

分享更容易，讓原本官方網站的粉絲流入社群裡。

◎建構Facebook活動APP

吸引新粉絲，增加舊粉絲的黏著性。

終極目標：共感行銷

與顧客併肩作戰，一同創造網路市場的夥伴！

作者介绍:

原裕

中央大學畢業後，1984年於美國運通日本分公司服務，從事業務以及行銷業務方面的工作。1996年擔任J.Walter Thompson Japan的互動事業公司Thompson Dialog的總經理一職、1999年於股份有限公司「MEMBERS」擔任銷售與行銷的執行董事，負責支援大型企業的網路行銷業務。主要著作有《Facebook 衝擊人際關係改變後的企業戰略》（共同作者、宣傳會議）以及《Facebook專頁專業導覽》（共同作者、MyNavi）。

內野智仁

於千葉大學就讀時，就與學長一同創立NPO法人TRYWARP，之後一邊就讀明治大學行銷研究所，一邊推廣偏遠地區電腦教室紮根計劃。2007年研究所畢業之後進入股份有限公司「MEMBERS」。主要支援大型公司的行銷調查、連結數分析、SEO這類網路行銷業務。2010年開始支援社群媒體（尤其是Facebook）的業務，例如大型飲料製造商、電器製造商的Facebook專頁建置與運用。

植木耕太

一橋大學研究所畢業後，於2007年進入股份有限公司「MEMBERS」。擔任SEM顧問，提供電子商務網站、大型居家中心、BtoB等形式的搜尋連動型廣告業務，同時負責SEO業務以及到達頁面的設計。之後擔任網路廣告企劃人員，負責提高網路廣告效果以及開發新型網路服務。2011年10月開始，擔任商品開發室經理，負責推廣社群網站行銷服務以及新型服務的開發。主要著作有《立刻實踐！搜尋連動型廣告》（共同作者、技術評論社）。

目录: Chapter 1「互動性」的重要

1-1 如何透過Facebook達成行銷目的？行銷人員肩上的課題為何？

1-2 何謂「互動性」？

1-3 互動性的重要性

1-4 互動性總量

Chapter 2 互動性．最佳實例

2-1 為什麼Facebook如此重要？

2-2 企業使用Facebook的重點

2-3 Before Facebook、After Facebook

2-4 從實例看Facebook的效果：Members

2-5 實例介紹：無印良品

2-6 實例介紹：SONY

2-7 實例介紹：ANA

2-8 實例介紹：Suntory

2-9 在自家公司網站使用社群外掛元件的實例

2-10 美國的企業實例

Chapter 3 加深互動性的Wall Communication

3-1 提高「互動性」的塗鴉牆交流術

3-2 透過「傾聽」，與粉絲們輕鬆地交流

3-3 發出滿滿期待感的照片留言

Chapter 4 強化互動性的宣傳策略

4-1 宣傳策略

4-2 透過Facebook廣告招募高互動性的粉絲

4-3 企業利用自家程式提高互動性的實例

4-4 攝影大賽

Chapter5 建構能與自家公司網站產生互動性的機制

5-1 何謂社群外掛元件

5-2 為什麼社群外掛元件如此重要

5-3 社群外掛元件的種類

5-4 何謂OGP – 植入社群外掛元件之前的準備

5-5 Like Button

5-6 Like Box

5-7 留言(Comments)

5-8 「最新動態」(Activity Feed)與「建議閱讀」(Recommendations)

5-9 其他種類的社群外掛元件

Chapter6 互動性的效果測試

6-1 Facebook Insights

6-2 Facebook 網站洞察

Chapter7 Facebook的基本規則

7-1 Facebook的思維以及面對個人資料的態度

7-2 有關Facebook的表記規則

7-3 依照不同場合，靈活地應用Facebook

Chapter8 利用自家公司的社群建立互動性

8-1 與Facebook的朋友們分享漫畫閱讀內容的社群

8-2 社群與Facebook的互動

8-3 讓粉絲流入社群

8-4 總結—MangafulDays建構的互動性

• • • • • ([收起](#))

[就是忍不住要按讚！Facebook粉絲互動最強行銷術_下载链接1](#)

标签

营销

互联网

facebook

工作

台版书

待购

496

评论

这本书的目的很难让人相信是为了教你东西而非卖东西。

[就是忍不住要按讚！Facebook粉絲互動最強行銷術_下载链接1](#)

书评

这是一本广告书，有八位作者，虽然如此，这是一本好书，值得点赞。
说是广告书，是因为书的出品者是Members股份有限公司，也是一家推广公司，出版这本书，应该主要是为了他们的业务着想。
但书做得非常精致，案例选择精当，排版美观，讲解详细，并且，并非按照功能进行，而是...

[就是忍不住要按讚！Facebook粉絲互動最強行銷術_下载链接1](#)