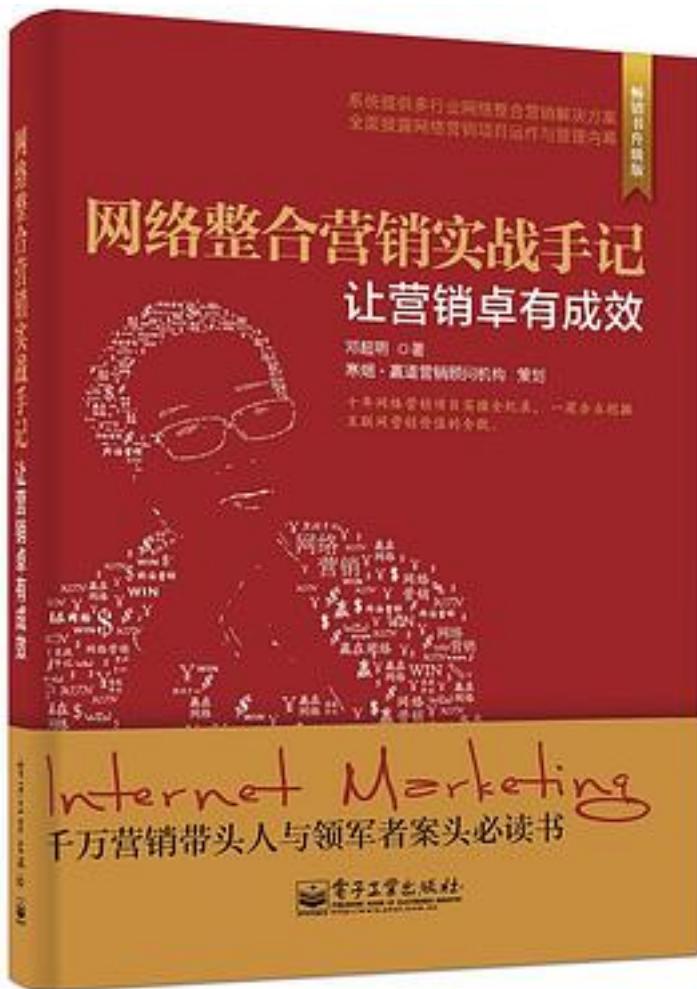


# 网络整合营销实战手记——让营销卓有成效



[网络整合营销实战手记——让营销卓有成效 下载链接1](#)

著者:邓超明

出版者:电子工业出版社

出版时间:2014-6

装帧:平装

isbn:9787121232442

你是否曾想过只需要一本书就足以掌握互联网营销，并且随时可以拿出来参考？

你可能也很想知道你所在行业有哪些成功案例和经验，有什么样的解决方案！

你也许正想全面掌握当前出现的互联网营销新思潮与新方式！

你也可能疑惑：为什么有的企业互联网营销能成功，有的企业却失败！

就是这样一本书，让你窥遍互联网营销江湖！

《网络整合营销实战手记——让营销卓有成效》总结十年互联网营销实操与项目管理经验，揭开企业网络营销策划、执行与管理内幕，为读者提供受众与客户群体分析、消费需求洞察、营销变革趋势把握、市场分析与品牌定位、传播渠道结构与匹配、内容策略等必不可少的分析工具。通过它，任何人都可以系统掌握网络营销的战略、战术操作与内涵。

《网络整合营销实战手记——让营销卓有成效》详尽展示36

种互联网营销兵法，深入家居建材、家电小家电、快销品、汽车、房产、电子、服饰鞋帽、城市旅游、医药保健、教育培训、金融、文化娱乐、奢侈品、工业品、礼品工艺品等所有行业，总结每个行业的营销特征，分析具体行业的网络营销案例、经验与模式，提供新的杀手级互联网营销解决方案。

《网络整合营销实战手记——让营销卓有成效》收集与点评1000

多个网络营销案例，站在全球视角为中国企业网络营销之路提供解决思路，整合、病毒、互动、社会化、口碑、精准、3.0、协同、众包、饥饿、大数据、新视觉、重定向、体验、O2O、大移动等新营销打法，均可在《网络整合营销实战手记——让营销卓有成效》中找到答案。

作者介绍：

目录: 第1章消费与营销的大变革1

1.1 桃李春风一杯酒，江湖夜雨十年灯.....	2
1.2 小楼一夜听春雨，有关网络整合营销的全球对话.....	5
1.3 一鞭直渡清河洛，二十段文字演绎网络整合营销.....	7

第2章春天里，我在路上13

2.1 家居建材行业：风起云涌的壮观.....	14
2.2 家电/小家电：暗潮涌动.....	19
2.3 快速消费品：一剑光寒九州.....	23

2.4 汽车行业：风驰电掣的快感.....	26
2.5 房地产：大体量的小创意.....	29
2.6 3C产品：一个新梦想.....	31

2.7 服饰鞋帽业：迎来浪漫时代.....	35
-----------------------	----

2.8 城市旅游：新的开始.....	37
--------------------	----

2.9 医药保健：如履薄冰的探索.....	47
-----------------------	----

2.10 教育培训：从网校出发.....	51
----------------------	----

2.11 金融：沉甸甸的品牌份量.....	55
-----------------------	----

2.12 文化娱乐：水漫金山的气势磅礴.....	61
--------------------------	----

2.13 奢侈品：这就是格调.....	65
---------------------	----

2.14 礼品工艺品：力量在网上爆发.....	73
-------------------------	----

2.15 工业品：互联网营销很靠谱.....	77
------------------------	----

第3章理解你的客户81

3.1 品牌营销现状分析的几项内容.....	82
------------------------	----

3.2 网络品牌定位.....	83
-----------------	----

3.3 最常见的目标受众、目标客户分析.....	85
--------------------------	----

3.4 消费者心智.....	88
3.5 移动消费行为.....	90
3.6 客户转化是如何形成的.....	92
3.7 产品推广卖点和亮点提炼.....	95
3.8 传播内容与传播渠道分析.....	97
第4章被释放的能量99	
4.1 整合的力量.....	100
4.2 创意制造：病毒式营销.....	103
4.3 互动：众神狂欢.....	106
4.4 自媒体.....	108
4.5 口碑：群众路线与意见领袖.....	110
4.6 1.0、2.0与3.0.....	112
4.7 精准：锁定那些目标客户.....	115
4.8 社会化营销.....	116
4.9 协同.....	118
4.10 营销四力.....	119
4.11 名字与概念的乾坤.....	120
4.12 众包.....	122
4.13 饥饿营销.....	126
第5章网络整合营销进行曲131	
5.1 方式一：搜索营销.....	132
5.2 方式二：词条营销.....	136
5.3 方式三：网络新闻营销.....	138
5.4 方式四：网络事件营销.....	142
5.5 方式五：网络活动营销.....	145
5.6 方式六：网络博客营销.....	147
5.7 方式七：微博营销.....	149
5.8 方式八：网络论坛营销.....	153
5.9 方式九：网络视频营销.....	155
5.10 方式十：网络动漫营销.....	157
5.11 方式十一：图片营销.....	162
5.12 方式十二：SNS社交营销.....	164
5.13 方式十三：电子商务营销.....	164
5.14 方式十四：网络广告营销.....	165
5.15 方式十五：IM营销.....	167
5.16 方式十六：电子阅读物传播.....	169
5.17 方式十七：诗歌散文营销.....	172
5.18 方式十八：网络文体营销.....	174
5.19 方式十九：电子邮件营销.....	178
5.20 方式二十：问答营销.....	182
5.21 方式二十一：Widget营销.....	184
5.22 方式二十二：APP营销.....	186
5.23 方式二十三：微信营销.....	189
5.24 方式二十四：微电影营销.....	193
5.25 方式二十五：富媒体营销.....	196
5.26 方式二十六：网络游戏植入营销.....	203
5.27 方式二十七：手机游戏植入营销.....	207
5.28 方式二十八：网络圈子营销.....	210
5.29 方式二十九：微小说营销.....	213
5.30 方式三十：外链营销.....	216
5.31 方式三十一：网络联合营销.....	219
5.32 方式三十二：营销型网站.....	221
5.33 方式三十三：网络团购营销.....	224
5.34 方式三十四：百度经验营销.....	226

5.35 方式三十五：网络公益营销.....	228
5.36 方式三十六：数字音乐营销.....	231
第6章有杀伤力的内容马上有	235
6.1 有穿透力的新闻去哪儿.....	236
6.2 让论坛主题帖亮瞎双眼.....	247
6.3 140字的微博暗含乾坤.....	256
6.4 博客日志还有未来吗.....	261
6.5 网络视频大创作.....	263
6.6 网络专题有春天.....	265
6.7 图片墨攻：一图定天下.....	267
6.8 IM信息的漫天飞舞.....	277
6.9 话题的勾魂术.....	279
6.10 短信/彩信内容的一指禅功.....	280
6.11 邮件凶猛.....	281
6.12 独门秘技：内容创作九阳真经.....	282
第7章十二种媒介武器：写风流，射大雕	287
7.1 专业开山斧：网络媒体.....	289
7.2 口碑离别钩：网络论坛(BBS) .....	291
7.3 个媒体长生剑：网络博客.....	294
7.4 精准霸王枪：搜索引擎.....	295
7.5 生动化太极拳：网络视频分享网站.....	297
7.6 美丽的杀手锏：电子阅读物.....	298
7.7 社交媒体多情环：SNS、博客圈、社交圈、微圈.....	300
7.8 自媒体射日神弓：微博.....	301
7.9 定向碧玉刀：电子邮件.....	302
7.10 客户端拔戟以逐：IM与APP .....	304
7.11 点对点的必杀叉：微信类.....	305
7.12 无孔不入的天地矛：二维码.....	305
第8章竞争法则与趋势	307
8.1 品牌塑造法则.....	308
8.2 品牌声誉法则.....	311
8.3 网络整合营销六大模型.....	313
8.4 新内容营销.....	315
8.5 新视觉传播.....	316
8.6 大移动营销.....	317
8.7 大数据营销.....	318
8.8 负责任的消费.....	320
8.9 定制与体验消费.....	321
8.10 广告重定向.....	322
第9章制定方案与管理执行	323
9.1 网络营销策划案的框架套路.....	324
9.2 网络新闻公关传播方案.....	325
9.3 网络事件营销方案.....	327
9.4 网络活动营销方案.....	331
9.5 网络广告方案.....	332
9.6 搜索营销方案.....	334
9.7 微博营销方案.....	336
9.8 半年度网络整合营销方案.....	339
9.9 年度网络整合营销方案.....	341
第10章四种整合窥天下	351
10.1 从话题整合营销开始.....	352
10.2 网络事件整合营销：让声势飞起来.....	366
10.3 网络活动整合营销打法.....	386
10.4 电子商务整合营销.....	400

第11章协同：从传播到动销	417
11.1 网络整合营销的三大落地表现	418
11.2 从网络到店面	419
11.3 从店面到网络	420
第12章善战者，备也	423
12.1 保障一：世界会知道自己要去哪里的人让路（有关目标）	424
12.2 保障二：事备而后动（有关方案）	425
12.3 保障三：善战者（有关执行人）	425
12.4 保障四：兵马未动，粮草先行（有关经费）	426
12.5 保障五：让专业的人做专业的事（有关外包）	427
12.6 保障六：路漫漫其修远矣，上下而求索（有关持续）	427
第13章效果评估的战争	431
13.1 客户对效果的关注	432
13.2 网络广告的效果指标	433
13.3 网络公关传播的效果指标	435
13.4 搜索营销的效果指标	436
13.5 网络视频营销的效果指标	437
13.6 网络论坛推广的效果指标	439
13.7 社交营销的效果指标	441
13.8 微博营销的效果指标	442
13.9 网络活动营销的效果指标	442
13.10 网络事件营销的效果指标	443
13.11 电子商务营销的效果指标	443
第14章那人、那公司：网络营销的江湖	445
14.1 行业教	447
14.2 广告舵	448
14.3 游侠会	449
14.4 垂直帮	451
14.5 技术堂	452
14.6 公关门	453
14.7 投放派	454
第15章从业者的五项修炼	457
15.1 修炼一：剑在手，掌握属于你的网络营销方式	459
15.2 修炼二：斗破苍穹，网络营销视野拓展	460
15.3 修炼三：纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行	461
15.4 修炼四：步步为营，按模块的学习	462
15.5 训练五：大闹天宫，做网络整合营销项目主管	463
15.6 补充一：创意与创作的训练	464
15.7 补充二：营销鸡汤，请经常浏览这些网站	468
第16章网络营销必备知识宝库	469
16.1 营销理论百科	470
16.2 热门网络词汇库	484
16.3 精彩微段子大观园	491
16.4 尽阅天下活动	496
16.5 网络视频录	503
16.6 网络媒体库	515
16.7 网络论坛库	520
16.8 移动营销APP 名单	521
16.9 电商风云录	527

· · · · · (收起)

## 标签

网络营销

非常棒的一本书

邓超明

案例

工具书

## 评论

2020年假期期间，读书软件上再次翻了下，已经把精华和反思整理到知乎和公众号。  
下一步同步到豆瓣书评上。2016年2个月时间研究并分析完毕。还不错。

---

[网络整合营销实战手记——让营销卓有成效](#) [下载链接1](#)

## 书评

为什么会看这本书呢？第一，我投身营销行业，凭借我干一行必精一行的做事准则，提升自己的专业性是迫在眉睫的事。我个人觉得专业性才是混迹职场的利器。第二，我看了序，作者侃侃而谈，文笔貌似不错，还引用了《在路上》“我还年轻，我渴望上路”，想想世风日下，居然有一个这...

---

选自《网络整合营销实战手记——让营销卓有成效》作者：邓超明

是它，改变了很多中小企业的命运；是它，成就了多少草根的逆袭神话；也是它，让草莽的创业者们寻找到一条新的神奇蝶变之路；当然，对于高大上的品牌或者成长中的品牌，它同样光彩照人，魅力四射。这里的它...

这本书有两个序，序一的标题是《请相信你的力量》，充满正能量，疲倦与懈怠时看看。[正文转载如下：](#)

一个新时代的到来，它总是裹挟着狂风骤雨，难觅平静。当我们目光投向营销这个领域时，也许，我们会为它的波澜壮阔而惊呼。

我们再将目光缩小范围，聚光到网络营销这个焦...

---

[网络营销实战手记——让营销卓有成效](#) [下载链接1](#)