

超有效臉書集客術



[超有效臉書集客術_下载链接1](#)

著者:熊坂仁美

出版者:天下雜誌股份有限公司

出版时间:2012-7-4

装帧:平装

isbn:9789862415351

「光靠天花亂墜的話術來炒熱氣氛，販賣不怎麼樣的商品賺大錢的時代已經結束了。在社群媒體的世界裡，靠謊言、造假的商業行為都會被識破，而被淘汰。相反地，擁有大家真正想要的商品，且認真工作的你，一定會嶄露頭角。現在，是真正有實力的人才能存活的時代」

在臉書的熱潮之下，吸引許多人使用做為商業生意的應用，不過，仔細看這些為達到集客目的而製作臉書專頁的人們，並未脫離傳統的強迫型集客術，依然認為這只是做宣傳與公告的新地點，以為只要盡量增加好友人數，讓更多人看見講座之類的訊息通知就好。結果與努力成反比，無法聚集客戶。臉書是極端討厭置入行銷的媒體。從資料庫的分析當中可以得知，當宣傳的文字稿出現時，不僅點閱率會下降，也讓許多人因此退出粉絲專頁。相反的，如果能站在提供幫助的心情寫下富含意義的發文內容，粉絲數量就會逐漸增加。連一句「請註冊登入」都不用說，訂閱電子雜誌的人數便如滾雪球般愈來愈多。

愈是想賣，愈是賣不出去。

如同本書中提到的一些例子，明白寫下「請購買」這類訊息的結果，消費者只會充耳不聞，把你扔進心裡的垃圾信件匣（Spam Folder）。反過來說，人們喜歡聽自己喜歡的人說的話，喜愛購買自己想要的東西。隨著消費者的心情變化，集客的規則也要跟著改變。有些人可能會認為「到現在還是沒有做出很好的集客策略」、「已經開始用臉書了，但是，還不知道要如何運用」。本書就是針對這些疑問與不安，從最基本的臉書相關知識，到實際應用操作及業界的案例，提供讀者對於臉書行銷種種問題的解答。

本書特色

大多數的公司在發文內容中放置了過多的行銷要素。

如果把發文內容比喻為三公升的水時，行銷訊息的量只要有一滴或二滴就好了～

對！沒錯！你懂FB，你每天FB，但數據結果告訴我們，95%的商業使用者再努力，也只做對了一半！

為什麼你花了一堆時間經營粉絲專頁，粉絲卻不見增加反而退出減少？到底出了什麼問題？

翻開此書，你會學到，粉絲專頁最神奇的好感接觸，不推銷，只利用破萬粉絲數量而暴增營業額的商家，關鍵做法是什麼？

本書告訴您，銷售於無形，讓顧客變成粉絲，行動口碑的連鎖式集客術！

◎聯合推薦

黃復華 奧美整合行銷傳播集團執行長

李全興（老查）Yahoo!奇摩社群發展部總監

吳顯二 癮科技網站站長

陶韻智 Inside創辦人暨熱情豆行動樂活科技總經理

劉威麟（Mr.6）網路行銷趨勢專家

作者介紹:

熊坂仁美（Kumasaka Hitomi）

社群媒體研究所（Social Media

Labs) 社長。研究Facebook (臉書) 及其他社群媒體商業策略與應用的實務研究家。定期前往美國觀察最新的社群媒體動向。除了擔任指導企業引進與經營社群媒體的顧問之外，在日本也經常舉辦有關社群媒體商業應用的企業研習會與演講。結合她獨特理論「提升好感點閱率的商業模式」與研究國際案例研究的《讚的力量：Facebook這樣玩就對了！》一書 (Diamond出版社)，在出版前已經透過Facebook (臉書)、Twitter (推特)、YouTube的口碑宣傳，出版後成為亞馬遜 (Amazon) 網站相關類別第一名的暢銷書。

目录: 推薦序 務必實地操作／李全興

推薦序 社群操作是門學不完的課／陶韻智

推薦序 三個問題，看到臉書行銷的真正威力／劉威麟

前言 讓賣不出去的商品大賣，新世代集客規則

PART1 什麼是臉書

◆ 臉書會很難嗎？

◆ 臉書就是包覆網際網路的「連結層」

◆ 從匿名到真名

◆ 臉書的兩種使用方式

◆ 臉書為商務帶來的巨大變化

◆ 「讚」的召喚

PART2 運用社群媒體，走在時代尖端的集客事例

◆ 專注於內容，達成營業額增加三五〇%的創投企業

◆ 製作集客內容的流程

◆ 把大批瀏覽者從部落格帶來

◆ 讓臉書做為發文內容的展示場所

◆ 回信以推特為主

◆ 持續更新的發文內容就是集客的重點

PART3 製作可以讓人按「讚」的發文內容

◆ 了解「讚」的評價區段

◆ 臉書發文內容的展現方式與製作方法

○1分別撰寫文字內容 (近況更新、網誌)

○2相片一定要放上說明文字

○3要如何放上影片

○4把自己的意見添加進網址連結

○5民調問答要如何用

PART4 創意發文內容的創作方法與展示方式

◆ 基礎知識就是內容的王牌

◆ 專家提供的意見讓人如獲至寶

◆ 用相片或影片來介紹商品

◆ 呈現幕後花絮，讓頁面更有活力

◆ 非實體商品，要發布購買者的訪談內容

◆ 針對問題回答，就是最棒的解決問題型內容

◆ 讓發文內容聚集人潮的重要關鍵

◆ 活用外界內容的P&G

◆ 完整提供商業資訊的AMEX

◆ 傳統低調企業的華麗發文內容

PART5 如何聚集粉絲

◆ 什麼是「粉絲」？

◆ 擁有一千名粉絲的專頁不到全體的四%

◆ 什麼是增加粉絲數

◆ 臉書專頁的魅力三要素

◆ 臉書是強調個人的地方

◆ 「對粉絲販售商品」的意義

◆ 「認識」、「喜歡」、「信賴」的三個步驟

- ◆以粉絲來集客的優點
- ◆讓常客增加十倍數量的稻米網購
- ◆不要求資料說明，就買下四十萬日圓的商品

PART6 社群媒體之王的下一個構思

- ◆來自社群媒體粉絲的「溫情」點閱
- ◆交流圈的獲利、粉絲的獲利

PART7 結合媒體讓集客效果倍增

- ◆什麼是提升好感點閱率的商業模式？
- ◆結合社群媒體的效果
- ◆臉書與網站的整合
- ◆如何設計各媒體的引導動線
- ◆臉書＋部落格的強力關係
- ◆在動態消息（News feed）中出現的「讚」與不出現的「讚」
- ◆臉書留言欄位的超級威力
- ◆自家公司的部落格與公共媒體部落格，那一個好？
- ◆學習美國白宮的合作模式

PART8 新集客工具——「打卡優惠」的潛力

- ◆用「打卡」的口碑集客
- ◆結合「打卡」功能的商業型態——「打卡優惠」
- ◆打卡優惠的類型與運用流程
- ◆打卡優惠要如何發行

結語 憑著些許創意與一些勇氣

．．．．．[\(收起\)](#)

[超有效臉書集客術_下载链接1](#)

标签

社群

评论

[超有效臉書集客術_下载链接1](#)

书评

[超有效臉書集客術_下载链接1](#)