

网络营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题（第2版）



[网络营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题（第2版）_下载链接1](#)

著者:徐茂权 著

出版者:电子工业出版社

出版时间:2015-5

装帧:平装

isbn:9787121259333

随着互联网的发展，特别是移动互联网的发展，网络门户网站抢占了搜索引擎的重要位

置，论坛、博客尽管日趋没落，但是微博、微信相继崛起，媒体碎片化的时代已经来临。软文营销随着时代的发展已经开始再次凸显其巨大的智慧和能量。这是国内第一本系统地介绍软文营销实战方法的书籍。作者在媒体行业从业近10年，研究和撰写了大量软文，书中总结的软文撰写方法和技巧都源于实战经验。同时，《网络营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题（第2版）》作者是网络营销专家联盟成员，培训的许多学员都验证了这些方法的可行性。更难得的是，《网络营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题（第2版）》还收录了25个软文案例，作者逐一进行了精彩点评，以及90个软文营销的常见问题，以问答形式呈现给读者。《网络营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题（第2版）》对于研究和实践软文营销的读者具有较强的参考和指导价值。

《网络营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题（第2版）》适用人群包括想开展软文营销的人士、个人站长、网店店主、企业企划人员、文案、中小企业主等。

作者介绍:

徐茂权，笔名青泉，软文营销、创意营销实战专家，深山老林集团联合创始人、泉之媒合伙人、企帮网合伙人，电商中国特聘专家。

十余年知名媒体从业经验，三次参与央视《CCTV中国经济年度人物》撰稿。连续七届担任中国北京国际文化创意产业博览会艺术中国项目核心策展人。

著有《网络营销营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题》（本书第1版），一年多时间该书已经9次印刷，版权输出到了台湾。曾经为多家企业提供过基于网络营销的内容制造与创意指导，目前担任三家上市企业网络营销顾问。

目录: 第1篇 软文营销实战方法

第1章 见证软文的力量 2

一、软文给力企业营销 2

1. 迪拜七星级酒店的软文营销 2

2. 脑白金软文赢天下 2

3. 格兰仕“豆腐块”打天下 4

二、软文因载体变化进入新的时代 4

1. 报纸上的软文营销 5

2. 汽车和房地产行业的软文营销 6

三、小得不能再小的两个软文营销案例 7

1. 胡麻油的案例 8

2. 利比亚籍模特的案例 8

四、软文让你获得超出想象的收获 9

第2章 走进软文的世界 10

一、什么是软文 10

二、软文怎么分类 12

三、软文载体及其特点分析 13

1. 平面媒体软文 13

2. 非正式出版的基于印刷、打印形式载体的软文 13

3. 硬广中的软文 14

4. 博客中的软文 14

5. 微博中的软文 15

6. 微信中的软文 15

7. 论坛中的软文 16

8. 网络媒体软文 17

9. 电子邮件中的软文 18

10. 站长软文	18
11. 淘宝店软文	18
12. 销售信	19
第3章 为什么要做软文营销	20
一、什么是软文营销	20
二、软文营销的优势	20
1. 软文成本比较低, 性价比高	21
2. 增强信任度, 客户容易接受, 有可能实现二次或者多次传播	21
3. 软文的持续性强	21
4. 软文的受众更精准	23
5. 软文操作更灵活	23
三、软文营销的作用	24
1. 软文营销的内部作用	25
2. 软文营销的外部作用	26
第4章 “1+1>2” 网络软文与搜索引擎营销联姻效果倍增	28
一、SEM简介	28
二、软文对于SEM的贡献	32
三、软文的关键词	33
1. 什么是关键词	33
2. 关键词的种类	33
3. 如何确定软文的关键词	34
4. 如何在软文中植入关键词	36
四、网络软文与SEM合力见证奇迹	37
1. 除了关键词网络软文还要带什么	37
2. 网络软文与SEM如何合力	39
五、新媒体时代软文与搜索引擎联姻有新的意义	40
第5章 软文整合营销	42
一、如何整合软文	42
二、软文与硬广如何配合	44
1. 软文融入硬广中	44
2. 不同的传播途径相互配合	46
三、事件营销与软文营销的互动	47
第6章 软文营销五部曲	50
一、软文营销调研	50
1. 调研两个方面: 企业内部和外部	51
2. 从三个群体去了解: 企业内部人员、企业合作伙伴、第三方人员	52
二、软文营销策划	53
三、软文营销撰写	54
1. 软文撰写不完全是技巧	54
2. 软文撰写禁忌	54
四、软文营销发布	55
1. 软文发布的注意事项	55
2. 软文发布之前的检查	57
3. 软文发布的途径	57
4. 软文发布的最佳时间	58
五、软文营销评估	59
1. 软文营销拒绝效果评估的N个理由	59
2. 软文营销评估的意义	60
3. 软文营销评估的方法	60
第7章 软文创意18招	62
第1招: 挖历史	62
第2招: 借东风	64
第3招: 讲故事	65
第4招: 用数字	66

第5招：树权威	68
第6招：找案例	69
第7招：曝内幕	69
第8招：造新闻	71
第9招：比对手	71
第10招：傍名人	73
第11招：动真情	74
第12招：反着来	75
第13招：设奖赏	77
第14招：贴贴金	78
第15招：钓钓鱼	79
第16招：玩访谈	80
第17招：搞评论	80
第18招：拆拆台	81
第8章 软文撰写技巧	83
一、掌握标题技巧让软文效果倍增	83
1. 为什么要重视标题	83
2. 多则标题案例分析	85
3. 标题千万不能忽视的两个事项	86
4. 标题常用的14个套路	87
二、软文开头的4种常用写法	89
1. 开门见山	90
2. 情景导入	90
3. 引用名句或者自创经典话语	90
4. 巧用修辞	91
三、正文布局技巧让软文耐看	91
1. 什么是软文布局	91
2. 软文布局常用的8种方法	92
3. 软文创新布局的8个形式	94
四、软文常用的9个收尾方法	96
五、软文中如何植入行动目标	98
1. 软文的行动目标	98
2. 软文中如何植入广告	98
第9章 软文营销两大中心问题	100
一、如何增强软文的说服力	100
1. 攻击消费者的心是成功之道	100
2. 运用增强说服力的术是成功的保障	102
二、如何增强软文的感染力	103
第10章 软文营销必须要学会的三个工具	106
一、软文创意训练方法之“头脑风暴”	106
二、软文创意训练方法之“思维导图”	108
三、测试软文的情感指数	109
1. 如何测试软文的情感指数	109
2. 如何增强软文的情感指数	110
第11章 软文营销常见的6个误区	112
误区1：领导瞎指挥	112
误区2：软文营销没有重点	113
误区3：软文营销没有耐心和坚持的勇气	114
误区4：以量取胜	115
误区5：不切实际吹大牛	116
误区6：恶意诋毁竞争对手	118
第12章 软文营销的风险及防范	119
一、软文营销操作上的风险	119
1. 软文营销的行动目标不违法、不过度包装	119

2. 软文撰写质量不够高 120
3. 软文投放需要组合和变化 121
4. 行业内幕爆料有原则 121
5. 校对再校对 123
6. 软文如何速成 125
- 二、道德风险 126
- 三、法律风险 126
1. 侵犯名誉权 126
2. 侵犯肖像权 128
3. 不正当竞争侵权 129
4. 侵犯著作权 131
5. 诽谤罪 134
6. 侵犯商业信誉、商品声誉罪 135
7. 编造并传播影响证券、期货交易虚假信息罪 136
8. 敲诈勒索罪 138
9. 非法经营罪和寻衅滋事罪 138
- 四、投入风险 140
- 第13章 中小企业开展软文营销必须清楚的策略 142
- 一、企业开展软文营销的必备条件 142
- 二、企业开展软文营销的策略 143
1. 企业不同阶段软文营销策略不同 143
2. 中小企业开展软文营销的4个具体策略 144
- 第14章 软文营销的责任竞争力 145
- 一、什么是软文营销的责任竞争力 145
- 二、如何打造软文营销的责任竞争力 146
1. 严格遵守法律法规 146
2. 尊重社会公序良俗 147
3. 怀着一颗充满爱的心 147
4. 正确面对金钱的态度 147
- 三、软文营销未来的趋势 148
- 第2篇 软文案例点评
1. 故事性软文 150
2. 软文借势 153
3. 直接式新闻性软文 155
4. 间接式新闻性软文 158
5. 创意软文 161
6. 傍品牌软文 163
7. 综述类软文 165
8. 伪装类软文 169
9. 时评类软文 171
10. 解决方案式软文 173
11. 访谈类软文 176
12. 逆向思维类软文 181
13. 对比式软文 184
14. 联想式软文 186
15. 揭内幕类软文 190
16. 情感式软文（微信公众平台） 193
17. 论坛经典软文：欲扬先抑 195
18. 无厘头论坛软文 198
19. 趣味论坛软文 201
20. 事件营销经典论坛软文 203
21. 公关软文范例 206
22. 销售信 215
23. 微信群小软文两则（改编型） 218

24. 微信小软文（情感式） 220
25. 微信公众平台软文（借东风创意） 222
- 第3篇 软文营销90问
1. 软文营销合法吗？ 228
2. 软文营销有风险吗？应该如何防范？ 228
3. 软文营销现状如何？ 228
4. 软文营销适合哪些行业？ 229
5. 软文营销的专业机构有哪些？ 229
6. 软文营销需要投入多少费用？ 230
7. 软文营销的周期一般是多久？ 230
8. 企业开展软文营销是外包还是建团队？ 230
9. 为什么说软文营销要向竞争对手学习？ 231
10. 软文营销目标客户的心理是怎样的？ 231
11. 软文营销的最高境界是什么？ 231
12. 软文推广就是软文营销吗？ 232
13. 一些企业做过软文为什么没有效果？ 232
14. 网络时代软文营销的优势主要体现在哪些方面？ 233
15. 软文的要素有哪些？ 233
16. 什么是软文撰写的构思？ 234
17. 什么是段落，有哪些要求？ 234
18. 什么是软文立意，有什么注意事项？ 234
19. 软文撰写如何找灵感？ 235
20. 如何培养写软文的素质？ 236
21. 软文撰写中如何应用辩证法思想？ 236
22. 写软文和在学校写作文有什么区别？ 237
23. 软文如何撰写更能够引起读者的共鸣？ 238
24. 写软文常用的修辞手法有哪些？ 238
25. 软文的新闻性词汇有哪些？ 240
26. 什么是新闻源？为什么大家都很关注？新闻源能否作为考核软文的标准？ 240
27. 什么是用户体验？软文营销研究用户体验有什么意义？ 241
28. 软文用户体验的原则是什么？ 242
29. 软文的字数是多少合适？ 243
30. 软文常用关键词有哪些？如何应用？ 243
31. 软文常见的写作顺序有哪些？ 244
32. 软文的表达方式有哪些？ 244
33. 叙述时要注意什么问题？ 245
34. 叙述常用哪些人称？它们各有什么优缺点？ 246
35. 叙述的方法有哪些？有哪些注意事项？ 246
36. 什么叫人物描写？人物描写包括哪些种类？有什么要求？ 247
37. 什么叫环境描写？环境描写有什么作用？ 248
38. 什么叫场面描写？场面描写的方法有哪些？场面描写有什么要求？ 249
39. 什么叫细节描写？细节描写有什么作用？ 249
40. 描写的方法有哪些？ 249
41. 描写的要求是什么？ 250
42. 描写的常用技巧有哪些？ 250
43. 抒情的要求是什么？ 251
44. 议论的要求是什么？ 252
45. 最容易上手的软文形式是什么？为什么？ 252
46. 软文配图有哪几种形式？ 252
47. 提纲的作用在哪里？ 253
48. 编写提纲的程序是怎样的？有什么需要注意的？ 253
49. 提纲很重要，一定要先列提纲吗？ 254
50. 议论型软文的通用模式是怎样的？ 255
51. 在论证过程中，最常用的论证方法有哪些？需要注意什么问题？ 255

52. 观点式软文撰写有哪些技巧？	256
53. 什么是知识软文？撰写知识软文有哪些注意事项？	256
54. 医疗类软文撰写的注意事项有哪些？	256
55. 医疗行业软文如何撰写？	257
56. 医疗软文常写哪些内容？	257
57. 电商产品类软文撰写技巧和注意事项有哪些？	257
58. 平面媒体软文必须要坚持的原则有哪些？	258
59. 平面媒体软文有哪些类型？	258
60. 平面软文中的字体艺术与阅读有关系吗？	258
61. 平面媒体软文排版有哪些要求？	259
62. 平面媒体软文有哪些表现形式？	260
63. 平面媒体软文有哪些技巧？	260
64. 博客软文撰写和推广有哪些注意事项？	261
65. 论坛软文有哪些特点？	261
66. 论坛软文发布如何选择论坛？	262
67. 为什么投到论坛上的软文总是被拒收？	262
68. 论坛软文被删，账号被封怎么办？	262
69. 论坛软文常用技巧有哪些？	262
70. 新闻软文和论坛软文有什么差别？	263
71. 站长软文投放多少数量合适？	264
72. 站长软文伪原创如何改写？	264
73. 站长软文采集要注意什么问题？	265
74. 站长软文原创方法及途径有哪些？	266
75. 微博软文有哪些常用写法？	267
76. 网络软文的关键词如何寻找和设置？	268
77. 网络软文中的长尾关键词如何拓展？	268
78. 如何迅速解决不能写网络软文的困扰？	269
79. 为什么提倡网络软文的原创性？	270
80. 网络软文发布的渠道管理者有谁？他们喜欢什么样的软文？	270
81. 销售信在移动互联网时代还重要吗？	270
82. 如何快速写销售信？	271
83. 写销售信的注意事项有哪些？	271
84. 微信中的软文具体在哪里应用？各有什么特点？	271
85. 微信公众平台软文的植入方式有哪些？	271
86. 微信软文植入广告的注意事项有哪些？	272
87. 微信软文中哪类型的标题最吸引人？	272
88. 微信公众平台的软文效果如何考评？	273
89. 微信公众平台的软文是否还需要注意植入关键词？	274
90. 互联网思维比较火，软文营销是否可以借鉴？	274
后记	275

• • • • • (收起)

[网络营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题（第2版）](#) [下载链接1](#)

标签

软文营销

营销

网络营销

文案

市场营销

专业相关

职场

赚钱

评论

还不错呀，看完了

确实没什么大用处。

我觉得不错

看的是同一出版社的另一本。。。说到底，讲人话，投入真情实感，投消费者所好，抓重点，找不同，还要重设计，基本上都是这些，3.5

很容易读，相当的通俗易懂。不过，内容比较浅，也比较全。适合甲方的营销新人建立一个大的软文营销知识框架。对于文案职场新人，在构思撰文角度及形式时，也有一定借鉴作用。

扫读，有干货

软文营销入门书，也可以当做工具书，每次写软文没思路的时候，都可以拿来翻翻。案头常备

畅销书升级版，内容更加贴近现在的市场，案例更丰富。

应该是自己领悟能力的问题。看完之后，没有很大的感觉。唯一还记得就是，不用管你会不会写软文，写下去肯定行

入门书籍

很细致，很全面。

还可以，介绍了很多方法论。实例也挺多的。

读完感觉没什么卵用

出来了第二版，改进过的。要了个签名版的拜读中！

[网络营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题（第2版）_下载链接1](#)

书评

<网络营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题>我想，软文营销是通过特定的概念诉求、以摆事实讲道理的方式使消费者走进企业设定的"思维圈"，以强有力的针对性心理攻击迅速实现产品销售的文字模式和口头传播。
方法有：新闻，第三方评论，访谈，采访，口碑等。 软...

推广营销需要一步一个脚印的来做，没有任何捷径可以走，就像你不可能一口吃成个大胖子。基本的推广步骤有关键词设置、营销方案制定、发布信息排版、发布链接验收等等这些。推广是一个系统化的流程，只要严格把控每一个重点环节，才能够确定你的推广是否有效果。我们公司打算用...

作者写的非常实在，完全是其实战经验的总结，根据作者总结的方法、步骤进行操作，我也能写出不错的软文了。
广义上讲，几乎所有的文字性的内容都可以称为软文，要写好这些文字，除了要具有一定的文字功底，熟悉掌握思路也很重要。作者给出的软文创意十八招，非常好，实用。每...

[网络营销决胜武器——软文营销实战方法、案例、问题（第2版）_下载链接1](#)