

# 粉丝红利：互联网时代的盈利宝典



[粉丝红利：互联网时代的盈利宝典 下载链接1](#)

著者:韩布伟

出版者:电子工业出版社

出版时间:2016-6-1

装帧:平装

isbn:9787121292460

企业通过学习互联网企业的“用户至上”，引入粉丝体验模式，进入服务粉丝赚钱的时代。未来大部分企业都会加强和用户的互动，中国企业进入粉丝经济时代。粉丝经济时代，一切都是瞬息万变的，企业只有顺应时代潮流，拥抱粉丝，撬动粉丝红利，才能开启属于自己的征程。本书将为大家揭开撬动粉丝红利的秘密，讲述产品或者企业粉丝带来的好处，并介绍如何获得粉丝，经营粉丝的方法、步骤等，给粉丝经营者以方法上的指导，思想上的指引，是一本不可多得的企业享用粉丝红利的实践类图书。

作者介绍:

韩布伟，北京华文智赢科技公司CEO，经常走访500强企业，同时担任多家企业的战略顾问，长期专注于金融、理财、投资及互联网大趋势的研究，擅长财经领域的创作，已出版《泛娱乐战略》，一直以实践应用、启发思维为切入点，为读者带来实用性的操作手法。

## 目录: 第一篇新红利时代：粉丝经济

### 第1章粉丝至上：效率决定一切

11微博带来上千万的销量

111微博阅读下的高效粉丝传播

112微博营销的互动和口碑

126小时收益160万元的罗振宇

121铁杆粉丝的力量

122罗振宇的粉丝效率

13粉丝如此热心的根源是什么

131对品牌的感情

132品牌背后的故事支撑

14用大数据解读你的粉丝效率

141解读粉丝团的秘密

142获取粉丝数据

143大数据更了解粉丝

15让粉丝认为你和吃饭一样必须

151运营者如何做出好内容

152如何了解粉丝的需求

### 第2章粉丝收益：主动消费才是王道

21粉丝永远不会让你付费

211粉丝为什么会买单

212粉丝如何分类

22风口思维：占据收益的流量要道

221为何要把握粉丝风口

222运营粉丝经济要做些什么

23一字千金：一条百万的微博推广

231微博平台的作用

232微博宣传推广的做法

24微信群之下的朋友圈

241小美盒的营销效果

242朋友圈的营销优势

25腾讯文学疯狂的吸金能力

251腾讯文学火爆的原因

252腾讯文学是如何发展的

### 第3章粉丝推广：病毒式无限传播

31病毒式推广逻辑

311病毒式粉丝推广逻辑图

312病毒式粉丝推广注意要点

32病毒式传播，实现跨界粉丝经济

321伍声的跨界粉丝经济

322唐家三少的跨界粉丝经济

323病毒式跨界粉丝经济优势

324病毒式跨界粉丝注意点

33让粉丝主动为你做宣传

34谁在为iPhone 6s呐喊助威

341iPhone 6s销量状况

342乔布斯吸引粉丝之谜

35粉丝以你为话题做开场白

351话题式吸引粉丝的方法

352各路人物吸引粉丝招式汇总

第二篇粉丝模式：需求、引导、共生

第4章自媒体思维：去“主流化”时代

41自媒体：低门槛之下的发声渠道

42口碑代表一切

421自媒体口碑的打造模式

422自媒体“鬼脚七”的运营方法

423自媒体常见小错误汇总

43病毒式传播

431病毒式营销的五个步骤

432雷军通过自媒体微博进行病毒式信息传播

44自动生发式阅读

45“狗生赢家”王可可粉丝一天涨3万

第5章社群思维：个体向群体的思维转变

51找到目标粉丝所在的社群并引爆它

511哈雷·戴维森公司洞察社群

512哈雷·戴维森公司引爆社群

52巧妙地打造目标粉丝社群

521茵曼致力于社群打造

522通过茵曼看社群打造

53免费“雇佣”你的粉丝

531安妮微博粉丝的巨大力量

532如何利用粉丝做社群营销

54社群运营的7个方法论

541乐高的社群运营

542社群运营细讲

55移动互联网下的社群PK

551大三湘南山会、酷客公社及小米社群PK

552“互联网”社群持续运营的核心要素

第6章O2O思维：互动、体验、尊重

61零等待：瞬间秒回

611陈师傅的O2O开锁公司

612陈师傅成功的秘诀

62碎片化：分散的资源，不散的关注

621全球即时用车软件Uber整合碎片化资源

622从家政服务提供商Homejoy看O2O碎片化的资源整合

63只有参与才能有成就感

631可口可乐重视消费用户的参与感

632可口可乐给其他企业的启示

64微博大V的影响力

641《百万亚瑟王》的微博营销

642从《百万亚瑟王》看微博大V参与下的微博营销特性

65名创优品：紧抓痛点 极致体验

651名创优品的微信公众号运营

652名创优品给其他企业的启示

第7章IP思维：无界限跟随

71超级IP的衍生品

711《盗墓笔记》的超级IP生态

712超级IP生态的效应

72粉丝红利无场景限制

721TFBOYS与腾讯视频的崛起

722腾讯挖掘粉丝经济价值的启示

73《花千骨》与同名手机游戏的联系

- 731解《花千骨正版》游戏火爆之谜  
732从《花千骨正版》看充分调动IP资源  
74IP跨界融合思维  
741IP优质资源系列化  
742IP优质资源品牌化  
743泛IP来源与跨界融合  
75为什么说微信是QQ的衍生品  
第三篇如何打造自己的粉丝红利IP  
第8章粉丝定位：小而美PK大而全  
81为什么我不建议你选择大而全  
811失败的大而全的行业门户网站  
812小而美的好处  
82个性鲜明的定位  
821耐克“年轻的中年人”粉丝  
822从耐克看粉丝个性定位的方法  
83两类人之一：兴趣性粉丝  
831百度贴吧的兴趣性粉丝  
832从百度贴吧看维护兴趣性粉丝的方法  
84两类人之二：需求性粉丝  
841聚美优品、唯品会的女性粉丝  
842互联网企业吸引需求性粉丝的方法  
85删掉那些“道不同”的人  
851推定期定期清除僵尸粉  
852吸引精准粉丝的做法  
第9章价值传递：有启发、有颠覆  
91“有趣、有料”关键词延伸解读  
911“第21张照片”引爆朋友圈  
912做到“有趣、有料”的方法  
92走心的ivvi  
921ivvi传递爱与正能量  
922ivvi品牌的成功之处  
93罗永浩的情怀传递  
931罗永浩的情怀变现  
932罗永浩的成功之处  
94预测制胜：5年之后的事，放在今天说  
941凯文·凯利的预言  
942凯文·凯利讲颠覆  
95TFBOYS的地铁之旅  
951四名女大学生用奖学金追星  
952TFBOYS火爆之谜  
第10章真情派对：信任与颜值有关  
101秀出你的范儿  
1011“很高兴遇见你餐厅”的文艺范儿  
1012影响装修风格的元素  
102找出你的特色，笼络你的用户  
1021轻松活泼的Mac电脑获取忠实用户  
1022从苹果、泰国东方饭店看笼络用户的方法  
103颜值社区的颜值经济  
1031揭秘颜值社区  
1032颜值社区的启示  
104你的任性，粉丝的随性  
105颜色不高，却有味的“懂懂日记”  
1051董俊峰依靠懂懂日记年入几百万  
1052董俊峰的成功经验

## 第11章拒绝高仿：原创才有杀伤力

111格调：拒绝抄袭

1111谁欺负了少年

1112原创内容打造核心竞争力

112情感驱动，才有黏性

1121受欢迎的成双成对的小虾

1122驱动消费用户情感的方法

113乔布斯打造的“果粉”

1131乔布斯关注极致

1132由乔布斯看品牌打造

114持续的原创内容

1141微信公众号保护原创

1142持续性生产原创内容的方法

115工匠精神引领时代

## 第12章粉丝互动：直戳粉丝high点

121疑问型标题增强互动性

122自己也要参与其中

1211猜谜游戏类信息是一种互动方式

1212带有商业性质的竞拍模式非常有效

1213生活随意拍是一种方便的互动方式

123关注自动回复

1231星座号自动回复的星座解析

1232微信自动回复的妙招

124派发微信红包

1241苏宁易购的微信红包

1242微信公众号也能发红包

12524时破千万关注的《周一见》

1251吴亦凡超高人气助力《周一见》

1252《周一见》的走红原因解读

## 第13章高附加值：成瘾性消费的秘密

131赠品有效提升附加值

1311法国工艺手包吸引用户眼球

1312巧选赠品

132口碑营销的价值绽放

1321利洁时的口碑营销

1322利洁时口碑营销的启示

133细水长流的收益

134海底捞如何让顾客吃饭“成瘾”

1341为吃海底捞宁愿排队

1342海底捞的三大模式

135胖东来为新乡带去的新模式

1351胖东来称霸新乡

1352胖东来的启示

## 第14章归属感：基于认同感之上的行为圈子

141品牌是一张规则之下的社交身份证

142为什么奢侈品受欢迎

143乔布斯的粉丝之一：极客

144马云的粉丝之一：创客

145提升粉丝归属感的三大方法

1451优质内容留住粉丝

1452通过线上线下活动黏住粉丝

1453建立品牌社群

## 第15章以小米为例，直击粉丝营销的成功之道

151小米的粉丝经济

152有归属感的标签卡位  
1521小米给粉丝的归属感  
1522 “为发烧友而生”标签塑造  
153社会化媒体营销：微博、论坛、QQ、微信  
1531小米的社会化媒体营销  
1532从小米看社会化营销的条件  
154开好一个发布会  
155一个成功复制小米粉丝营销的案例  
• • • • • (收起)

[粉丝红利：互联网时代的盈利宝典](#) [下载链接1](#)

标签

粉丝经济

新经济

粉丝红利

2016

评论

非常值得读三遍的书，恨不能早点看到这本书

[粉丝红利：互联网时代的盈利宝典](#) [下载链接1](#)

书评

[粉丝红利：互联网时代的盈利宝典 下载链接1](#)