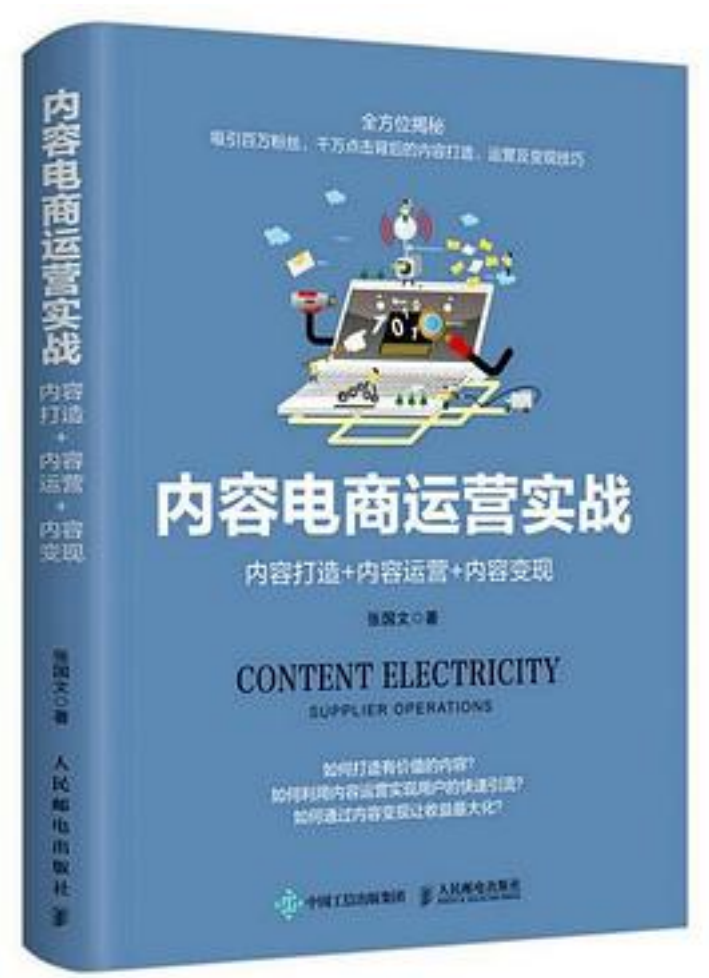


内容电商运营实战：内容打造+内容运营+内容变现



[内容电商运营实战：内容打造+内容运营+内容变现_下载链接1](#)

著者:张国文

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2017-3

装帧:平装

isbn:9787115447982

如何打造有价值的内容？如何利用内容运营实现用户的快速引流？如何通过内容变现让收益很大化？《内容电商运营实战：内容打造 内容运营

《内容变现》不仅通过8个内容运营技巧、10大优化内容技巧、10大推广内容技巧、14种互联网内容形式、20多个专家提醒，深入剖析内容电商的专业技巧，还通过110多个行业案例的讲解，让读者多角度了解内容电商的运营方法。

《内容电商运营实战：内容打造 内容运营

《内容变现》结构清晰、实战性强，适合内容电商从业人员、自媒体从业人员、公众平台运营者、公司文案策划人员、网站编辑等阅读使用，也可作为广告公司或大中专院校的培训教材。

作者介绍:

张国文

知名电商领创者、践行者，致力于以内容为介质，重构人和商品之间的连接，去中心化，直接抵达用户。曾参与编写多部畅销书，如《移动电商：商业分析+模式案例+应用实战》《移动物联网：商业模式 案例分析 应用实践》《社群电商：商业模式 案例分析 应用实战》等。

目录: 第1章概念解读：内容电商你真的懂吗

- 1.1 传统电商面临转型
- 1.2 内容型电商崛起
- 1.3 内容电商的现状和趋势
- 1.4 创新型电商的分类
- 1.5 互联网时代，草根创业时不我待
- 1.6 内容电商的类型

第2章内容平台：做运营必须用到的平台

- 2.1 今日头条媒体平台
- 2.2 百度百家自媒体平台
- 2.3 腾讯微信公众号
- 2.4 一点资讯自媒体平台
- 2.5 易信公众平台
- 2.6 搜狐公众平台
- 2.7 腾讯媒体开放平台
- 2.8 腾讯QQ 公众号
- 2.9 网易号媒体开放平台
- 2.10 网易云阅读开放平台
- 2.11 凤凰号媒体开放平台
- 2.12 UC + 开放平台与UC 头条
- 2.13 其他优秀新媒体网站
- 2.14 国内新锐自媒体平台

第3章电商内容入口：直接将用户引导到商品

- 3.1 红人淘：“淘宝 新浪微博”打通双方内容
- 3.2 淘宝头条：生活消费资讯媒体聚拢平台
- 3.3 淘宝直播：跟淘宝大V一起淘货
- 3.4 有好货：为商品引入更精准的流量
- 3.5 爱逛街：让喜欢的商品主动呈现在买家面前
- 3.6 必买清单：攻略描述与详细的商品卖点
- 3.7 微信电商平台：微信小店、微信商城
- 3.8 资讯媒体类：中关村在线、汽车之家
- 3.9 促销信息聚合类：折800、什么值得买、返利网
- 3.10 购物搜索类：一淘网、惠惠网、爱淘宝
- 3.11 社区分享类：豆瓣东西、蘑菇街

第4章打造内容：想想有什么内容可以卖

- 4.1 全面解读：互联网内容创业的主要形式

4.2 游戏：内容玩法和市场推广是要点

4.3 影视：网红与明星“傻傻分不清”

4.4 文学：要相信“书中自有黄金屋”

4.5 动漫：经久不衰的二次元动漫文化

4.6 搞笑：内容要多思考、多下功夫

4.7 才艺：分享个人才艺来获得收入

4.8 语音：在情感上的表达更加丰满

4.9 美食：美食达人引领创业新食尚

4.10 宠物：呆萌可爱的宠物也有卖点

4.11 时尚：人们对美的追求无法抗拒

4.12 教育：在线教育如何玩出新花样

4.13 摄影：作品要漂亮，题材有特点

4.14 财经：财经垂直领域 优质内容 电商

第5章优化内容：提高电商转化率属性

5.1 贴近需求：挖掘年轻人追求的内容

5.2 情感包装：唤起和激起粉丝的情感需求

5.3 内涵特点：体现品牌的价值和理念

5.4 可扩展性：衍生出多种多样的产品

5.5 可持续性：让粉丝坚持下去

5.6 叙述故事：拉近与粉丝的距离

5.7 制造悬疑：“卖关子”激发好奇心

5.8 促销活动：直白的形式吸引注意

5.9 新闻报道：形成二次传播来助力

5.10 痛点把握：将用户痛点作为内容入口

第6章推广内容：内容电商的营销技巧

6.1 内容包装：带来更多的额外曝光机会

6.2 粉丝积累：对内容感兴趣的精准粉丝

6.3 互动参与：实时了解粉丝的喜好动态

6.4 内容造势：让公众全方位地了解产品

6.5 内容攻心：用情景诱导打动用户群体

6.6 突出卖点：运用互联网思维表达卖点

6.7 口碑营销：内容形成“辐射状”扩散

6.8 病毒传播：快速复制，广泛传播内容

6.9 事件营销：内容结合热点事件来传播

6.10 精准营销：用大数据加强内容的针对性

第7章分享引流：粉丝为王时代的电商经

7.1 联合：多平台分享内容实现引流

7.2 微博：自媒体时代内容营销之王

7.3 个人微信：快速加粉引流的技巧

7.4 企业微信：掌握精准的引领方法

7.5 QQ空间：不可小觑的营销能力

7.6 企业官网：内容传播的主要源头

7.7 论坛社区：普遍的内容传播区域

7.8 贴吧：极强大的垂直粉丝凝聚力

7.9 二维码：包罗万象，自我传播

7.10 红包：最常用、高效的引流法

7.11 移动App：跨界引流，实现共赢

第8章盈利方式：内容电商靠什么来变现

8.1 变现：成为内容最后的“去处”

8.2 突破：牢记那些失败的变现案例

8.3 时机：内容变现首先要抓住时机

8.4 地点：把握住有效平台实现变现

8.5 内容付费：最直接的内容变现方式

8.6 广告变现：高效实现内容营销目标

- 8.7 媒体电商：通过内容来为电商引流
- 8.8 IP 衍生：将IP 标签巧妙地融入产品
- 8.9 社群经济：抓住社群“凝聚力量”
- 8.10 买断版权：独家播放带来海量流量
- 第9章运营趋势：内容电商如何做大做强
- 9.1 生态：让内容具备强大生命力
- 9.2 品牌：借助粉丝力量扩大影响力
- 9.3 创意：注重内容的质量与创新
- 9.4 坚持：好的内容需要长期运营
- 9.5 深化：给粉丝留下深刻的印象
- 9.6 资源：借力打力降低运营成本
- 9.7 多元：多平台运营的效果更佳
- 9.8 注意：躲开内容运营中的雷点
- 第10章案例分析：探析打造爆款的独家秘笈
- 10.1 papi 酱：短短半年如何做到千万粉丝
- 10.2 罗振宇：罗辑思维如何24 小时售卖800 万元
- 10.3 张大奕：2 小时成交2000 万元的秘诀是什么
- 10.4 “叫兽” 易小星：网剧如何炼成大电影
- 10.5 同道大叔：如何从0 个粉丝做到3000 万个粉丝
- 10.6 王思聪：看“网红奇才” 如何玩转资本
- 10.7 暴走漫画：如何制作吸引人的高质量热点内容
- 10.8 南派三叔：《盗墓笔记》不可收拾的IP 热潮
- 10.9 多乐士：《十色男女》用微电影将内容演出来
- 10.10 唯品会：“电商+明星” 如何玩转内容营销
- • • • • (收起)

[内容电商运营实战：内容打造+内容运营+内容变现_下载链接1](#)

标签

内容电商

电商

评论

烂到令人发指，网上扒的内容+海量APP截图，就敢说自己是「内容电商实战」。第二章尤其无耻之极，截了微信、今日头条几个媒体平台的自媒体后台，介绍下功能，然后就凑成一章内容了。可叹，居然是人民邮电出的书。

内容电商。此书让更多自媒体创业人有个教科书。让自媒体创业更专业更集中。作为一个医疗人我不得不感叹这个时代真的好

2017年第35本。果不其然的蹭热度的口水书。内容是大杂烩，而且因为制作仓促，质量也堪忧。图片文字错误，排版印刷粗糙，结尾特别突兀。但即使是这样一本书，我读了也有些收获。了解了之前不够关注的常识，还引发了很多思考。

东拼西凑

新零售和内容电商是将是零售行业的终极进化状态

比较全面的汇总

浪费生命

又是乱书一本

内容的价值是重点

很老的书，硬通货太少，没有重点呀。适合大学生写毕业论文…………

[内容电商运营实战：内容打造+内容运营+内容变现 下载链接1](#)

[内容电商运营实战：内容打造+内容运营+内容变现 下载链接1](#)