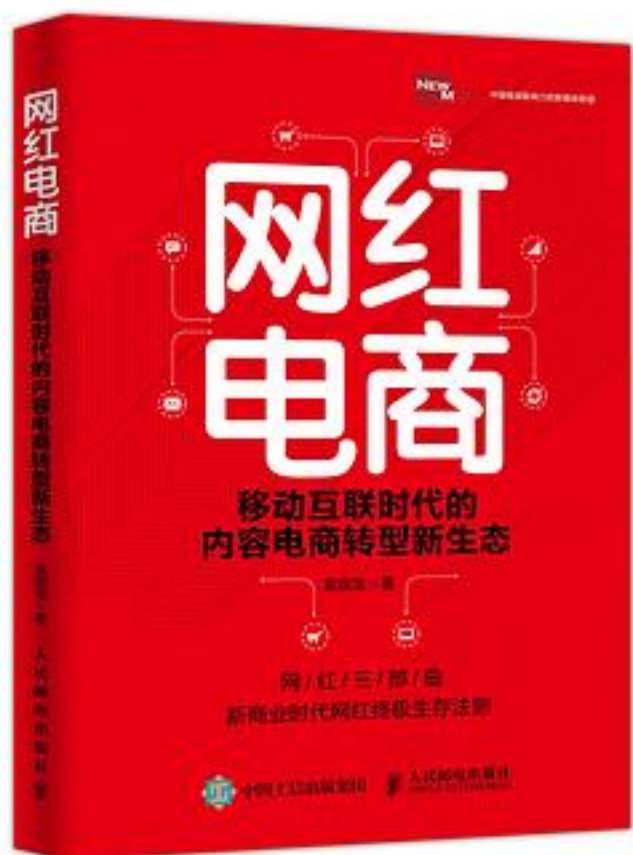


网红电商



[网红电商_下载链接1](#)

著者:袁国宝

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2017-9-1

装帧:平装

isbn:9787115465979

本书基于自身的网红电商从业经验，结合自己对网红电商地思考与解读，从网红经济、网红电商崛起、网红电商引流技巧、网红电商商业模式、网红孵化、“直播+电商”等7个维度入手，全方位、系统化地剖析了在新网红时代宏观背景下的网红电商模式落地战

略。

作者介绍:

袁国宝

New

Media新媒体联盟创始人、资深媒体人、知名评论人、网红经济、新媒体营销和品牌传播专家、新浪微博百万粉丝意见领袖、商务部电子商务中心首席专家。

曾任移动梦网新闻中心主编、搜狐微博名人战略总监、360公司新媒体营销公关总监。拥有十几年互联网行业工作经验，对互联网营销、新媒体、移动互联网等领域拥有深刻、独到、系统化的见解。

著有新媒体系列畅销书《网红经济：移动互联网时代的千亿红利市场》《泛娱乐营销》《超级网红IP：个人品牌引爆之道》《引爆独角兽：指数级企业成长之路》《重新定义品牌：移动互联时代的品牌革命》等。

先后为北京大学、清华大学、浙江大学、中国传媒大学等近百所国内高校，万达集团、中国石化、华润集团等知名企业进行多次主题讲座和企业培训，深受广大青年学子和企业高管欢迎。

担任多家高校及媒体的专家和嘉宾，包括北京大学电商课题组新媒体顾问，中山大学、河南大学新闻与传播学院客座教授，广东卫视《财经郎眼》、中央人民广播电台、北京电视台财经频道、中国教育电视台等众多电视台嘉宾和特约评论员。

2014年10月，发起的New

Media联盟聚合了新媒体平台上最具影响力的网络名人，是中国知名的网络名人联盟，以“新媒体+”为核心理念，“联盟创造价值”为宗旨，根据联盟核心理念研发创立的“新媒体+”理论体系，为传统企业、政府以及各行业提供新媒体的系统解决方案。

目录: 第1章 什么是网红电商

1.1 网红电商大时代 2

1.1.1 从注意力经济到影响力经济 2

1.1.2 网红经济的转折点来临 4

1.1.3 网红电商，一个新物种的诞生 6

1.2 传统电商的危局 7

1.2.1 传统电商的危局 7

1.2.2 喝杯咖啡的时间搞懂新商业 8

1.2.3 电商：未来网红变现的主流模式 9

1.3 广告引导消费的终结 12

1.3.1 引导消费进化史 12

1.3.2 网红的原力觉醒 14

1.3.3 粉丝雄兵的供养 16

1.3.4 未来网红的3种发展方向 17

第2章 电商网红印钞机

2.1 揭开电商网红印钞真相 22

2.1.1 电商未必要开店 22

2.1.2 网红的引流套路 23

2.1.3 达人分享式营销 24

2.1.4 直播的杀手套路 24

2.1.5	网综的边看边买	26
2.1.6	短视频的病与毒	27
2.1.7	红人品牌的密码	28
2.2	电商网红价值空间	29
2.2.1	网红狂欢退潮之后	29
2.2.2	直播新政：确保直播行业健康发展	32
2.2.3	商业回归品效合一	35
2.2.4	内容电商资本风口	36
	第3章 电商网红养成法	
3.1	网红电商的丛林生态	40
3.1.1	网红店主	40
3.1.2	网红微商	41
3.1.3	电商达人	43
3.1.4	电商主播	44
3.1.5	网红社群	46
3.1.6	网红培训	48
3.1.7	网红服务	49
3.2	电商网红的必杀技	50
3.2.1	网红店主：你为自己代言	50
3.2.2	电商网综：内容IP化，IP电商化	52
3.2.3	内容达人：从收集到分享	55
3.2.4	品牌电商：释放网红IP的商业价值	59
3.3	社交引流：社交网红电商的粉丝经济变现	60
3.3.1	引爆粉丝：网红经济时代的消费升级	60
3.3.2	社交红利：通过口碑传播提升转化率	63
3.3.3	粉丝变现：社交电商时代的流量入口	65
3.3.4	粉丝社群：网红如何打造自己的社群	66
	第4章 电商网红运营宝典	
4.1	运营团队为王	70
4.1.1	选人之术	70
4.1.2	用人之道	72
4.1.3	团队激励	74
4.2	发现电商网红	77
4.2.1	潜在电商网红的四大标签	77
4.2.2	网红推手的选人秘籍	78
4.3	数据化管理：大数据时代的网红电商运营	80
4.3.1	数据分析：精准把握粉丝特征与需求	80
4.3.2	数据运营：基于大数据制定产品策略	81
4.3.3	数据优化：利用数据提升粉丝转化率	82
4.4	超级IP：网红自我定位、品牌传播与爆款策略	83
4.4.1	IP定位：网红的自我塑造与商业设计	83
4.4.2	快速传播：内容为王时代的病毒营销	86
4.4.3	品牌建设：打破网红的生命周期魔咒	87
4.4.4	打造爆款：超级IP的内容构建与运营	89
4.5	产品即服务	93
4.5.1	产品质量才是第一位	93
4.5.2	卖货前的准备	94
4.5.3	服务即营销	95
	第5章 电商网红粉丝经济	
5.1	粉丝的运营与维护	98
5.1.1	关注与粉丝的区别	98
5.1.2	路转粉的小技巧	99
5.1.3	让粉丝尖叫的秘诀	100
5.2	粉丝从哪儿来	101

- 5.2.1 吃瓜粉丝与买单粉丝 101
- 5.2.2 电商粉丝图谱 101
- 5.2.3 电商网红吸粉五式 103
- 5.3 粉丝到底要什么 104
 - 5.3.1 粉丝的需求 104
 - 5.3.2 互动与同场感 105
 - 5.3.3 粉丝的自我实现 106
- 5.4 让粉丝买单的技巧 108
 - 5.4.1 给粉丝一个买单的理由 108
 - 5.4.2 粉丝持续消费的关键 109
 - 5.4.3 占领钱包：从个人到家庭 110
- 5.5 有胆就想粉丝社群 111
 - 5.5.1 社群：从个体意识到集体意识 111
 - 5.5.2 让粉丝玩起来 112
 - 5.5.3 粉丝社群的裂变 113
- 第6章 网红孵化：电商红人背后的流水线运作模式
 - 6.1 网红孵化器：“网红平台化+店铺专业化”运作 116
 - 6.1.1 造星计划：网红孵化的4种运作模式 116
 - 6.1.2 粉丝运营：把粉丝转化为商品购买力 119
 - 6.1.3 补齐短板：提升店铺供应链管理的能力 121
 - 6.2 模式运营：网红孵化器如何运营网红店铺 123
 - 6.2.1 千人千面：淘宝网红店铺模式的优势 123
 - 6.2.2 店铺运营：提升顾客转化与产品销量 126
 - 6.2.3 模式对比：爆款、红人与伪红人运营 128
 - 6.3 如涵电商：资本追逐下的网红电商孵化平台 130
 - 6.3.1 如涵电商：新三板网红电商第一股 130
 - 6.3.2 运营模式：撬动网红电商全产业链 132
 - 6.3.3 风险分析：如涵电商面临的三大难题 134
- 第7章 电商网红自我修养
 - 7.1 从个人到品牌 138
 - 7.1.1 最好的演技是演自己 138
 - 7.1.2 打破网红的魔咒 139
 - 7.1.3 个人品牌运营的3种方法 140
 - 7.2 影响力与收入成正比 141
 - 7.2.1 影响力的森林法则 141
 - 7.2.2 影响力与商业价值 142
 - 7.3 远方风雨兼程 144
 - 7.3.1 网红六诫 144
 - 7.3.2 电商网红的一天 145
 - 7.3.3 网红如何三省于己 147
 - 7.3.4 电商网红成长日记 148
- 第8章 “直播+电商”：传统电商模式的突围新方向
 - 8.1 直播经济：“互联网+泛娱乐”时代的商业新形态 150
 - 8.1.1 直播经济：全面直播的影响与趋势 150
 - 8.1.2 内容社群：直播产业链的价值核心 154
 - 8.2 运营实践：直播如何颠覆与重构传统电商模式 157
 - 8.2.1 直播电商：解决传统电商模式的痛点 157
 - 8.2.2 模式优势：直播电商如何赋能商家 160
 - 8.2.3 哪些产品或服务适合直播电商模式 162
 - 8.2.4 金龙鱼：直播商业时代的电商新思路 164
 - 8.3 模式变现：引领购物新体验，构建盈利新模式 167
 - 8.3.1 直播电商的3种主要运营模式 167
 - 8.3.2 新创企业如何掘金直播电商 170
 - 8.3.3 垂直电商如何与直播完美结合 172

- 8.3.4 各大平台的直播电商模式探索 174
- 8.4 转化与留存：网红主播如何提升电商转化率 175
 - 8.4.1 转化留存：直播与电商的完美结合 175
 - 8.4.2 网红主播如何提升直播间的转化率 179
 - 8.4.3 网红主播如何设计与优化直播内容 182
- • • • • [\(收起\)](#)

[网红电商_下载链接1](#)

标签

网红

评论

papi

[网红电商_下载链接1](#)

书评

[网红电商_下载链接1](#)