

“社交与区块链+”时代的品牌营销密码



[“社交与区块链+”时代的品牌营销密码 下载链接1](#)

著者:郑联达

出版者:西南财经大学出版社

出版时间:2019-9

装帧:

isbn:9787550441095

本书从作者十几年的品牌营销实战经验出发，总结了大量在互联网社交媒体时代的品牌营销心得，涵盖了品牌的环境、定位、创意、内容、传播和营销效果等诸多问题的深度思考。品牌营销和社会的发展一样，都离不开一个“趋势”，过去和现在还未走完，区块链和人工智能又出现在了人们的现实生活中，面对这些新趋势，品牌的营销会朝着这个方向有什么样的变化？未来我们的生活会怎样？密码就在本书中。

实战经验、专业理论，梳理和解答了营销行业的问题及解决方案，第一次业内人士深度剖析热门案例，凸显了在社交媒体时代内容营销的方法论；也从区块链的技术逻辑和对社会的发展做了趋势的判断，为人们展现了区块链与品牌营销结合的宏伟图景，对于品

牌营销行业是一个大胆的开创。

作者以社交媒体发展的参与者和见证者的视角，做了自我独特的社交媒体环境下品牌营销逻辑变迁的总结，又在区块链到来的时候，以区块链从业者和爱好者的身份，试图引导品牌营销行业的人们去探索未来的新方向，让人浮想联翩。

作者介绍:

光与弧科技创始人，
Verawom公司原联合创始人，中国广告300人新锐策划创意人，中国杰出广告人，浙江师范大学文传学院客座教授。15年以上品牌营销及广告从业经验，在品牌与数字营销领域对行业有独特的影响力。

2009年创立Verawom公司，9年来以作品说话，创造了包括六神《花露水的前世今生》、New Balance《致匠心》、红星美凯龙《更好的日常》、王品《母亲》、2016年央视春晚《父亲的旅程》等众多中国营销界经典案例，获各类奖项，在数字营销领域对行业有独特的影响。

较早开始关注和研究区块链，并着手投资及运营相关区块链项目，对区块链在未来品牌营销方面的作用有深刻理解及预见。其常自嘲，希望能一直做个时代与趋势的赶路人。

目录: 上篇：新环境中的品牌营销特点及困局

- 1、品牌在商业环境中的重要性及机会点
- 2、一个品牌在新传播环境中的定位
- 3、新环境中品牌的传播逻辑变更
- 4、新环境中品牌的传播原理
- 5、新环境中的品牌营销优秀案例
- 6、新环境中的品牌营销结果的衡量
- 7、品牌的供给侧结构性改革及新的经营思路
- 8、新环境下对品牌方和代理商的挑战

下篇：区块链引领品牌营销及广告行业的革命

- 1、什么是区块链
 - 2、区块链将颠覆世界
 - 3、当下品牌营销及商业市场面临的问题及行业访谈
 - 4、区块链对于品牌及商业市场的未来意义
 - 5、区块链将革新原有品牌营销和广告逻辑
 - 6、全球在市场营销领域的区块链探索
 - 7、区块链+人工智能时代的品牌营销将超出我们的习惯和认知
 - 8、一个真正的链接未来的时代即将来临：未来品牌营销的遐想
- • • • • [\(收起\)](#)

[“社交与区块链+”时代的品牌营销密码_下载链接1](#)

标签

社交

比特币

品牌营销

品牌

区块链+

Blockchain

评论

作为知名广告人和区块链研究者，作者郑联达表示，为了研究区块链与品牌营销结合的可能性，他花了几百万进行研究、摸索、访谈和应用实践，呈现了一个区块链世界下品牌营销图景。他进一步认为，当前全球品牌营销和广告行业的数据问题、效果问题、价值认同和非正向对等问题和无用功问题等诸多问题，已经亟待解决；同时消费者市场也在不断变化，要求越来越高，眼界越来越广，对于自我的价值和权益认知也越来越强，预示着一个大变革的时代即将来临。

因此，区块链才是解决问题的很重要的技术，5G的应用，物联网的兴起，区块链将在品牌营销中扮演越来越重要的角色，会逐步跨越技术的障碍、认知的局限和应用的边界。在区块链等新技术主导下，未来的广告和销售会消失，甚至产品品牌也可能会消失，取而代之的会是生态品牌。

[“社交与区块链+”时代的品牌营销密码 下载链接1](#)

书评

[“社交与区块链+”时代的品牌营销密码 下载链接1](#)