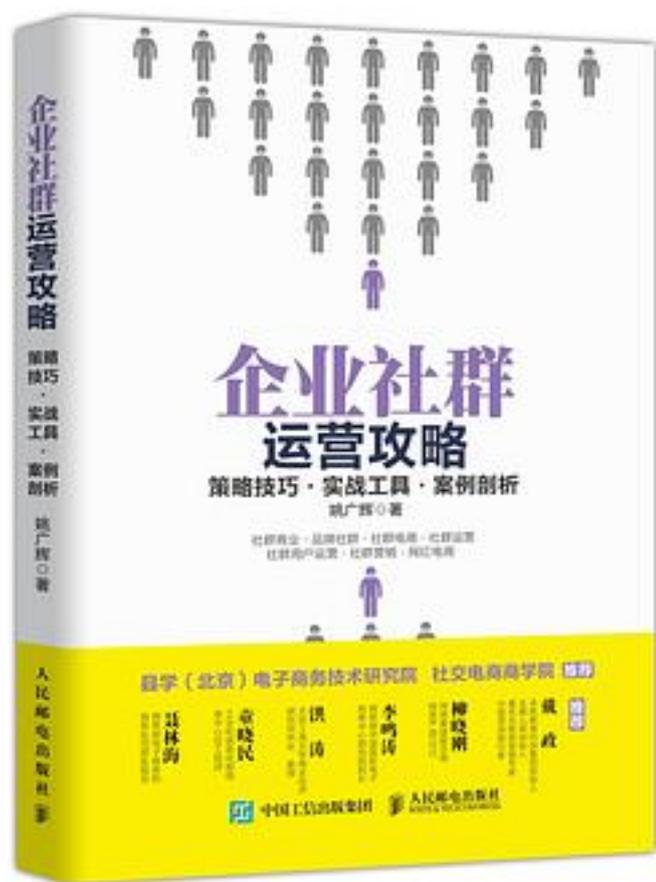


企业社群运营攻略



[企业社群运营攻略_下载链接1](#)

著者:姚广辉

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2020-1

装帧:平装

isbn:9787115525550

本书共分为社群商业、品牌社群、社群电商、社群运营、社群用户运营、社群营销、网红电商、精准扶贫8个部分，对社群经济崛起的背景、逻辑、内涵，社群运营技巧及社群运营策略等进行了全方位、立体化、多角度地深入分析，为创业者及企业提供了一条

行之有效的社群运营解决方案。

作者简介:

姚广辉

县学（北京）电子商务技术研究院院长、社交电商产业发展委员会主任，全球社交电子商务大会组委会主席、中国社交电商高峰论坛创始人，知名社交电商、产业电商、农村电

商、消费扶贫专家，对互联网、电子商务、社交电商、消费扶贫、产业扶贫有独特见解。原中国电子商务协会副理事长兼扶贫办主任，现任中国电子商务产业园发展联盟副理事

长。

参与了《中华人民共和国电子商务法》起草座谈，是《国家电子商务“十三五”规划》社交电子商务健康快速发展行动的推动者，是温暖中国社交电商消费扶贫行动的发起人和

总指挥。

多次参加国务院扶贫办、工业和信息化部、农业农村部、商务部、中央网信办、国家市场监督管理总局、国家烟草总局、中国日报社等电商扶贫、调研、规划和培训。被陇南市、河

曲县等38个市、县（区）人民政府聘为电商顾问和扶贫专家。

邮箱：13501016032@qq.com

目录: 第1章 社群商业：社群经济时代的掘金新法则

1.1 社群经济：“去中间化”时代的商业新形态 /2

“去中间化”时代的社群经济新形态 /2

社会科学视角下的企业社群要素 /5

社群经济重构传统商业活动流程 /6

基于社群模式下的企业运作特征 /8

社群商业从1.0到3.0的运营逻辑 /11

1.2 企业社群：构建企业与用户的精准连接 /13

精准连接：企业社群的运营价值 /13

品牌构建：积累粉丝与价值输出 /15

产品社群：以产品属性为切入点 /17

商业变现：企业社群的盈利渠道 /20

1.3 内容社群：内容型企业的社群实践路径 /23

垂直定位：明确社群的发展方向 /23

架构设置：构建稳定的社群框架 /25

会员招募：线上推广与活动引流 /26

实战策略：社群运营的3个维度 /29

社群变现：实现知识内容的转化 /31

第2章 品牌社群：实现品牌与消费者的情感共鸣

2.1 情感连接：社群重塑企业品牌核心价值 /34

品牌社群：激发用户的情感共鸣 /34

类型划分：品牌社群的主要玩法 /37

企业价值：重塑企业的品牌形象 /39
用户价值：满足顾客的个性需求 /41
2.2 运营法则：企业如何打造品牌型社群 /43
明确社群定位，掌握运营基本原则 /43
搭建社群机制，掌握社群运营技巧 /45
打造口碑传播，实现社群用户转化 /47
企业构建品牌社群需要注意的问题 /49
2.3 基于顾客让渡价值的品牌社群构建 /51
基于顾客让渡价值的品牌社群建设 /51
企业社群吸引顾客参与的3个维度 /53
基于品牌社群的企业运营实战技巧 /55
品牌社群如何与顾客建立情感连接 /58
第3章 社群电商：基于社群场景的电商创新
3.1 人货合一：新零售时代的社群电商模式 /62
社群电商：传统电商的社群化升级 /62
意识升级：提供优质的产品与服务 /63
优势体现：社群电商对企业的价值 /65
运营思路：企业如何构建社群电商 /67
3.2 企业社群电商的模式构建与运营法则 /69
社群电商业务系统的主要构成要素 /69
基于社群商业逻辑的电商模式创新 /73
企业社群电商模式的运营实战策略 /74
3.3 社区O2O：传统社区零售的智慧化升级 /76
社区O2O：新零售时代的社区电商 /76
业态创新：社区新零售的主要特征 /78
智慧零售：社群思维下的零售变革 /80
第4章 社群运营：如何打造一个高质量的社群
4.1 引流技巧：利用社群与用户建立强关系 /84
社群运营：实现企业与用户双赢 /84
精准引流：企业创建社群的目的 /85
吸引粉丝：明确社群的目标群体 /88
强化连接：社群运营的主要技巧 /90
4.2 平台选择：根据目标用户选择社群平台 /93
根据目标用户群体选择社群平台 /93
微博：基于粉丝兴趣的社群平台 /94
微信：基于社交属性的社群平台 /95
QQ：基于QQ群机制的社群平台 /96
百度：以百度贴吧为核心的社群 /98
目前市场上主流的社群App平台 /99
4.3 精细化运营：实现粉丝转化与社群变现 /101
企业社群精细化运营的5个方面 /101
服务体验：满足社群成员的需求 /104
粉丝运营：激发社群商业的价值 /106
第5章 社群用户运营：拉新、促活、转化与留存
5.1 用社群运营的理念去运营核心用户 /110
核心用户对于企业运营管理的价值 /110
集中运营：实现核心用户精准对接 /111
策略运营：采取差异化的运营策略 /114
基于社群理念的核心用户运营技巧 /115
5.2 数据化运营：借助数据提升用户转化率 /118
企业社群数据化运营的4个指标 /118
企业社群数据化运营的架构体系 /122
基于用户管理的社群运营方法论 /124
5.3 运营技巧：如何构建高价值的活跃社群 /127

技巧1: 构建志同道合的聚合体 /127
技巧2: 持续优化社群用户体验 /128
技巧3: 克制社群内容的商业化 /130
技巧4: 建立社群定期分享机制 /132
第6章 社群营销: 移动互联网时代的营销新模式
6.1 社群营销: 有效提升消费者的品牌认同 /136
社群经济生态下的品牌营销变革 /136
社群营销: 提升消费者的忠诚度 /138
企业社群营销的实战策略与技巧 /139
社群营销环境下的广告投放策略 /142
6.2 社群经济环境下的品牌建构与传播策略 /144
策略框架: 从社群运营到品牌营销 /144
品牌建构: 从产品驱动到用户驱动 /148
品牌传播: 从线性结构到网状结构 /149
6.3 企业社群营销的实战攻略与操作技巧 /152
打造优质产品体验, 实现口碑传播 /152
深挖品牌核心价值, 塑造场景体验 /153
精准把握品牌定位, 满足小众需求 /154
优化社群运营管理, 注重交互引流 /156
第7章 “网红” 电商: 社群商业与 “网红经济” 的融合
7.1 “网红” 电商: 社群经济时代的电商新思维 /160
社交商业: 商家与消费者无缝对接 /160
“网红” 经济: “网红” 驱动的电商新模式 /162
内容互动: 借助优质内容吸引粉丝 /164
“网红” 思维: 打造电商的人格化品牌 /167
7.2 “网红” 微商: 基于社交 “网红” 模式的微商转型 /168
“网红” 微商: 引领传统微商转型升级 /168
运营思路: 个人微商品牌构建策略 /172
微商直播: 实现粉丝的转化与变现 /175
直播微商的优势体现在哪些方面 /176
微商直播的运营策略与引流攻略 /178
第8章 精准扶贫: 社群电商助力农特产品上行
8.1 社群电商如何助力实现农特产品上行 /182
我国农产品上行的发展现状与对策 /182
农特产品社群电商面临的主要痛点 /184
农特产品社群电商的运营实战攻略 /186
农特产品社群电商的品牌推广策略 /189
8.2 农特产品社群电商运营、营销与变现技巧 /191
农特产品社群运营的四大体验场景 /191
农特产品社群电商营销的成功法则 /194
农特产品社群电商变现的实践路径 /195
• • • • • (收起)

[企业社群运营攻略 下载链接1](#)

标签

掌阅精选

评论

[企业社群运营攻略_下载链接1](#)

书评

[企业社群运营攻略_下载链接1](#)