

《别说你会刷朋友圈 微信营销这件小事》

图书基本信息

书名：《别说你会刷朋友圈 微信营销这件小事》

13位ISBN编号：9787547033636

出版时间：2014-12-1

作者：曹斯明

页数：236

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《别说你会刷朋友圈 微信营销这件小事》

内容概要

在移动互联网冲击各行业的大背景下，微信如同黑马一般闯入了社会化媒体营销的大营，备受关注。微信超大的用户群体以及超高的用户粘性使其具有非凡的营销潜力，其平台功能的不断增加也可以承载愈加丰富的营销形式。

《别说你会刷朋友圈 微信营销这件小事》就是网络营销专家曹斯明讲解如何利用新媒体、新平台，在O2O时代产生最大的营销效果，致胜“微营销”。书本书是最新版本的微信营销攻略，作者凭借多年营销经验以及微信营销开荒者的阅历，通过微信实用指南与热门案例权威讲解，以及独家操作技巧向读者讲解微信营销的道与术。

为那一场，数字营销的狼烟逐鹿。数字营销的方法论进化历程，永远和互联网产品密不可分，每每有跨时代的互联网产品横空出世，也同步暗示着可以被颠覆与可以被重新书写的史诗卷轴的延展而在微信逐步走向世人的岁月。

《别说你会刷朋友圈 微信营销这件小事》

作者简介

曹斯明，移动互联网营销专家，奥哲国际广告特聘营销讲师，劳动部注册策划师，大秦印象传媒首席策划师，汉唐文化传媒品牌总监，中国第一医疗营销管理期刊《医界》营销版块主编，北京百川兴志科技集团创始人之一，手脑科技有限公司特邀顾问，艺星国际医疗美容集团品牌策划师。

曹斯明从2006年开始从事市场营销及品牌策划，先后从事旅游、地产、IT、媒介、健康、教育培训、互联网等行业策划，2009年开始，曹斯明意识到了移动互联网营销对于传统PC端营销的冲击，自此致力于通过移动互联网营销的方式，帮助企业提升核心竞争力，打造品牌影响力。

曾为百余家知名企业提供一站式移动互联营销方案。曹斯明主讲课程或研究领域：移动互联网营销核心竞争力，移动互联产业链之外资源整合、移动通信系统数据分析、微信移动社交营销发展、O2O品牌发展模式、服务营销深化体系。

《别说你会刷朋友圈 微信营销这件小事》

书籍目录

《别说你会刷朋友圈 微信营销这件小事》

精彩短评

- 1、有一些初步思维吧，但内容重复，干货不多
- 2、说的道理都对。然后呢。到底是在说道还是在说术？术的堆砌等于道？都是些经验的总结，有经验可以降低失败的风险，但不必然导致成功。成功的人从来都不是按照你书上的套路来做的，你只是把别人已经做的变成了你书上的套路。仅此而已，没啥卵用。
- 3、可能说连入门书也不能算，干货少之甚少。几乎是用大师级的口吻，向我们叙说了一则人人皆知的品牌传奇。
- 4、为啥这本书打分这么低？相较于乱七八糟的所谓微信营销书，这本书的三观算是很正了，值得新媒体从业者认真阅读。美中不足是后半部分有些重复论述，感觉就是把自己的文章反复po上去。整体而言，作者对于营销的思考是胜过90%的微信营销专家的
- 5、想做微商才来看这本书的人，估计都大失所望吧。文中的一些观点很实用啊，比如说积攒这个营销活动，作为2016年的互联网公司的我家公司在前段时间还用了这个营销活动。。。想想也是非常不靠谱。类似的活动只有第一次才能掀起潮流，想想这个时代也是快速消费时代，很多创意都是一次性的。只有伟大的产品才能成为阶段性的，能成为阶段性已经很了不起了。话说为什么本书不怎么提张小龙，这本书的爸爸不应该是他吗？反而在最后提到了麻花藤，这个商人有什么好说的呢。
- 6、读着读着就想给一分的书。
- 7、然并卵~
- 8、看完还不是继续做微商
- 9、作者的言论不够缜密，漏洞多，干货少，不推荐。不过“做订阅号一定是内容为王”。
- 10、耐着性子读了一半，后面草草看过。只抓住了朋友圈营销的一点皮毛，顺带举了些许例子。并无卵用。
- 11、微信是你面向世界的第一张名片。这句话够经典了，虽然笔记只做了三页，但还是呼唤，代购er们，告别刷屏吧，玩粉丝经济要有粉丝要内容为王，与其让朋友圈所有人把你拉黑，不如找准切入点，多学点营销技巧。好好地生活，静静地享受微信给人们带来的诸多便利吧。
- 12、这本书虽然有重复叙述的缺点主观性也强但还是很有可读性，营销事例多比如雷军的小米，马化腾的腾讯，杜蕾斯，百事可乐等都比较鲜明。主要看起来微信的营销策略就是定位产品定位目标群体、为产品注入新鲜的血液（鲜明的个性），可以针对不同群体有不同产品。利用线下实体店或各种媒体宣传推广微信的服务号、订阅号、微店来聚拢客户，之后就是按照客户的取向来发客户感兴趣的东西，文章质量必须高，与品牌对口且可读性趣味性足，再逐步建立互动社区，服务大于销售聚焦忠实粉。最后把聚拢在线上的客户通过优惠券等手段移至线下从而形成O2O商业模式。有人说看完这本书还不是继续做微商，但我还是很喜欢作者说的，他只是给大家一个方向，就好比你在屋里坐久了想透气，而他就是那窗外向你吹来的风。这种书说的大多都是概念，但有一点能让自己有感悟就好。
- 13、这本书作为微信营销书有许多不专业，书中过多的“我以为、我认为，我猜想，我觉得”，作为一本“如何玩微信”、“为什么玩微信”和“怎么玩好朋友圈”是有一些经验值得学习的。微信深入骨髓，平均每人每天投入超过三小时，这是一个等价于工作的时间投入（虽八小时制，有效时间平均不过三小时）。
- 14、整本书都是偏颇之词，标题说的是微信营销，实际上就是腾讯的广告，对微信完全不公正评价，刻意贬低支付宝、小米等其他公司。看完之后没有任何帮助。

《别说你会刷朋友圈 微信营销这件小事》

精彩书评

1、刚打开这本书，马上发现不对劲。哪个脑残会把朋友圈营销跟SEO混淆啊？八竿子打不着的两个事情，作者非得废话连篇这种玩弄概念的作者，概念混淆、概念不清、废话一堆，这要是本好书就奇怪了.....[吐]

《别说你会刷朋友圈 微信营销这件小事》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com