

# 《企业微营销》

## 图书基本信息

书名：《企业微营销》

13位ISBN编号：9787802499682

出版时间：2014-5-1

作者：沈周俞

页数：202

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](http://www.tushu111.com)

# 《企业微营销》

## 内容概要

《企业微营销：移动互联网时代，这么营销就对了》本书通过大量成功案例详细展示3C数码、食品、文化传媒、家具电器、美妆服饰、本地商家、民营医院、家居百货等多个行业如何进行微营销。是最具实操性的微营销著作，公众账号3大运营方式，订阅号7大运营模式，留住老客户8大技巧，挖掘新客户15种方法，营销10大原则、10个技巧和10个禁忌、80个案例.....在这里你可以读懂微营销，微博、微信、微电商、微运营、微系统、微未来深度观察、干货挖掘、微信新模式、微营销新资讯全搜罗。错过微博，你不一定会后悔；错过微营销，你一定会后悔！谁先吃透微营销，谁就占领了4亿人！本书适合对象，企业董事长、总裁、市场部经理等中高级管理者，创业者，社会化营销从业者，电商与媒体人士，以及对营销感兴趣的所有人群。

# 《企业微营销》

## 作者简介

沈周俞，IPTS国际讲师协会讲师，“O2O微系统”创始人，招商会务实战教练，中道在线联合创始人。出版的作品有：《谁是企业最受欢迎的人》《关键在于落实》《企业微营销》等。

# 《企业微营销》

## 精彩短评

- 1、微营销不微，赵亮亮新作已经上市！
- 2、觉得很一般，有种事后诸葛亮的轻描淡写，结构也乱，不过读的过程中还是有一些思考，有些想法令自己很兴奋，也算学到了
- 3、干货太少，很多观点反复重复，占据相当篇幅。  
我来读这本书就是重视微营销，所以请别写很多字告诉我这有多重要好吗？  
适合还沉迷在原始思维的读者观看。
- 4、理论系统不够完全，和行业发展过快有关。看看作为知识补充可以，当成行动指南还是欠缺了些。
- 5、企业微营销 微博、威信
- 6、泛泛而谈的一些东西，哎
- 7、当然知道微营销重要，BUT HOW？书里都没怎么说。只是变着法的告诉你微营销重要车轱辘话来回说也是醉了。
- 8、感觉整本书都是补丁，有个高大上的目录，里头没一点料。  
整个假大空。评价一心都嫌多。。。

没料

- 9、【大火热】想做微商，靠朋友是不行的，是需要讲究方法，如何做到让别人主动加你，引流陌生精准客源进来才能不断的发展下去请加我微信:lanjin198989
- 10、互联网时代的营销产品质量始终是基础，利用大数据确定目标客户，微博一对多进行推广吸引粉丝，增加的客户群，利用微信进行点对点关系维护培养并且稳固品牌忠诚度，当下是流行软广告的浅植入。书的实用性并不强，谈的问题普众性强。
- 11、营销

- 1、《哈佛商业评论》曾发表了一篇文章，标题为“传统营销已死”。文章指出，在移动互联网时代，传统的广告宣传、公共关系、品牌管理还有企业传媒等营销手段已经失效；或许有些企业还未意识到这一点，但实际上，很多传统的营销架构只剩下了躯壳。那些基于同伴影响力和社区导向的新型营销手段，将在企业营销中发挥重要作用。
- 2、感觉整本书都是补丁，有个高大上的目录，里头没一点料。整个假大空。评价一心都嫌多。。。基本上都只是停留在表面的常识上，少有的案例也都没分析到点上。东拼八凑。真心没料
- 3、一个高度人性化的时代，一个给予人们无限想象力和创造力的时代；无论企业还是个人，只要有好的创意并付诸实施，就可以创造财富。希望这本书能给每位读者带来好运
- 4、实际上，本书的一大宗旨，便是通过介绍一系列新型营销手段，来帮助商家和个人达到三“零”营销，创造营销神话。此外，在新营销中，我们更多地采用了微博、微信等微营销工具，所以某种程度上也称其为“微营销”。
- 5、在这里你可以读懂微营销，微博、微信、微电商、微运营、微系统、微未来深度观察、干货挖掘、微信新模式、微营销新资讯全搜罗。错过微博，你不一定会后悔；错过微营销，你一定会后悔！谁先吃透微营销，谁就占领了4亿人！
- 6、实用性很强，拿微博来说，很多企业想给自己的粉丝群发私信，而我一朋友就刚好做了这样一个群发私信的软件，每次可以给自己粉丝发，还能给指定账号粉丝发，那么这个小应用就对微博运营非常有帮助，这也跟营销相结合了！
- 7、有事实和经典案例的结合，有不同角度观察微信营销的剖析，还有稳固今日畅想未来的预测，表述了微信营销的常识、方法、案例以及成功秘诀，带给读者一种源于现实的理论，一笔唾手可得的财富，一条长远的营销之路。
- 8、营销受环境影响，身处移动互联网时代，你的营销思维与时俱进了吗？本书通过深入剖析移动互联网时代的特征，揭示出社交大背景下的新营销思路，并详细介绍了微博、微信、二维码等营销方法，挖掘出社交中潜在的巨大市场与商机，从而为企业与创业者在移动互联网时代“淘金”提供了极有价值的参考。
- 9、很多时候，客户体验的好坏，往往体现在一些细节上，尤其是能否超出别的企业或产品一点点。比如，一些购物网站，如\*\*亚马逊、当当网等，都提供了类似订单及发货提醒服务，这样的话，便增强了客户感受的贴心程度。
- 10、未来的营销，不需要太多渠道，只要让你的产品进入消费者的手机，就是最好的营销。一本最实用的微营销操作手册，既有批量获取客户的实操工具，也有加速转化订单的成交工具，还有引爆朋友圈传播的绝招，更具微营销组织管理的落地工具。
- 11、本书适合对象，企业董事长、总裁、市场部经理等中高级管理者，创业者，社会化营销从业者，电商与媒体人士，以及对营销感兴趣的所有人群。
- 12、这种新型营销理念和营销方法紧密结合了移动互联网时代的传播特点，能高度整合各种资源和平台，可以为移动互联网时代下的各个行业和企业服务。这里面一个重要的理念是，科技的发展，赋予每个人越来越多的社会属性，企业只有通过社会化的营销，真正做到“以人为本”，才能使企业营销走上良性发展的轨道。
- 13、世界上最远的距离不是生与死的距离，而是我坐在你的对面，你却在给我发私信。很有意思的书，贴近生活！  
    当我们在手机上互相关注、互相评论的时候，一个结点便开始向周围的结点传递能量；每一个结点总能找到另一群“志趣相投”的结点，从而形成一个圈子。可以说，每个圈子便是一个市场。    随时随地关注客户的诉求，增强顾客的黏性与忠诚度，最大程度地利用人们的“碎片时间”，吸引大众的眼球，提升产品的受关注度，从而实现品牌价值的最大化。

## 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](http://www.tushu111.com)