

《企业社交网络营销经典案例及精解》

图书基本信息

书名：《企业社交网络营销经典案例及精解》

13位ISBN编号：9787313101821

出版时间：2013-9

作者：周洁如

页数：241

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

《企业社交网络营销经典案例及精解》

内容概要

《企业社交网络营销经典案例及精解》主要讲述了，社交网正深刻地影响人们的生活、消费者的行为，因而企业的营销策略也要随之创新。《企业社交网络营销经典案例及精解》研究了社交网的特点、发展以及企业利用该平台进行创新营销的案例。第一部分为社交网概述，包括关键名词解析、社交网发展轨迹、盈利模式等。第二部分为国内外典型的社交网平台研究，共有7个国内外典型社交网的案例。第三部分为11个国内外典型企业利用社交网平台进行创新营销的案例及其分析。

《企业社交网络营销经典案例及精解》可作为高等院校管理专业的本科生、MBA学生和企业管理培训营销创新的教学案例，也可供各行业从事营销管理工作的管理者学习所用，还可供广大社交网用户参考阅读。

《企业社交网络营销经典案例及精解》

作者简介

周洁如，管理学博士，上海交通大学安泰经济与管理学院副教授，硕士生导师。曾兼任上海交通大学安泰经济与管理学院国际MBA项目主任，赴澳大利亚、德国访问学习，并应邀赴德国福特王根大学，日本九州大学访问讲学。出版教材《旅游经济学》，专著《客户关系管理与价值创造》、《营利组织营销》，译著有BMA教材《销售管理》、《整合营销传播》及《市场战略》等；发表多篇学术论文，并主持和参加了多项科研课题。

书籍目录

第一部分社交网概述

第1章社交媒体概述

1.1社交媒体

1.2社交网络（SNS）

1.2.1广义的概念

1.2.2狭义的概念

1.3社交媒体与社交网络的区别

1.4移动互联网

1.4.1移动互联网概念和发展

1.4.2移动互联网可开展的业务模式

1.4.3移动互联网特点

1.5微博

1.5.1微博的概念

1.5.2微博的特点

1.5.3国内外微博发展及著名微博

1.6微信

1.6.1微信的定义及发展

1.6.2微信的功能及其特点

1.6.3微信的优势

1.6.4微信上的朋友圈

1.6.5微信与微博的区别

1.7博客

1.7.1博客的定义与内涵

1.7.2博客的发展历程

1.7.3博客的作用

1.7.4微博与博客的区别

1.8轻博客

1.8.1轻博客的由来

1.8.2轻博客的功能与特点

1.8.3轻博客与微博的区别

1.8.4轻博客的盈利模式

1.8.5中国的轻博客

第2章社交网概述

2.1社交网的作用与影响力

2.1.1对个体而言

2.1.2对企业而言

2.1.3对政府而言

2.1.4对其他方面而言

2.2社交网的发展

2.2.1社交网发展阶段

2.2.2社交网发展现状

2.2.3社交网发展趋势

2.3社交网的理论支持

2.3.1六度分隔理论

2.3.2主我与客我理论

2.3.3邓巴数字（150定律）

2.4社交网的盈利模式

2.4.1广告

2.4.2与APP应用开发者利润分成

2.4.3增值服务（用户费用）

2.4.4与电信运营商、手机厂商利润分成

2.4.5从电子商务中获得利润或者分成

2.4.6虚拟增值服务

2.4.7免费撬动其他服务

第二部分国内外社交网经典案例及精解

第3章国外社交网经典案例及精解

3.1Facebook案例精解

3.1.1公司简介

3.1.2网站特点及功能

3.1.3发展简史

3.1.4Facebook的影响力

3.1.5盈利模式

3.1.6成功之处

3.2Twitter案例精解

3.2.1公司简介

3.2.2网站特点及功能

3.2.3发展简史

3.2.4营销应用

3.2.5盈利模式

3.2.6成功之处

3.3LinkedIn案例精解

3.3.1公司简介

3.3.2网站特点及功能

3.3.3发展简史

3.3.4盈利模式

3.3.5成功之处

第4章国内社交网经典案例及精解

4.1人人网案例精解

4.1.1公司简介

4.1.2网站特点及功能

4.1.3发展简史

4.1.4经营模式

4.1.5成功之处

4.2新浪微博案例精解

4.2.1公司简介

4.2.2网站特点及功能

4.2.3发展简史

4.2.4营销应用

4.2.5盈利模式

4.2.6成功之处

4.3丁香园案例精解

4.3.1公司简介

4.3.2网站特点及功能

4.3.3发展简史

4.3.4盈利模式

4.3.5成功之处

4.4 腾讯泛关系链解决方案

4.4.1 公司简介

4.4.2 发展历史

4.4.3 腾讯SNS介绍

4.4.4 SNS市场分析

4.4.5 腾讯泛关系链传播案例

4.4.6 未来发展

第三部分 国内外企业（组织）社交网络营销经典案例及精解

第5章 国外企业（组织）社交网络营销经典案例及精解

5.1 奥巴马利用社交网竞选总统

5.1.1 人物介绍

5.1.2 案例背景

5.1.3 案例正文

5.1.4 案例分析

5.1.5 案例点睛

5.2 愤怒的小鸟社交网络营销策略

5.2.1 公司简介

5.2.2 移动游戏行业分析

5.2.3 案例背景

5.2.4 产品介绍

5.2.5 案例正文

5.2.6 案例分析

5.2.7 案例点睛

5.3 乐事薯片开心农场植入式营销

5.3.1 公司简介

5.3.2 薯片行业分析

5.3.3 案例背景

5.3.4 产品介绍

5.3.5 案例正文

5.3.6 案例分析

5.3.7 案例点睛

5.4 雀巢笨NANA冰淇淋

5.4.1 公司简介

5.4.2 冰淇淋行业分析

5.4.3 案例背景

5.4.4 产品介绍

5.4.5 案例正文

5.4.6 案例分析

5.4.7 案例点睛

第6章 国内企业社交网络营销经典案例及精解

6.1 中粮悦活开心网互动营销

6.1.1 公司简介

6.1.2 果蔬饮料行业分析

6.1.3 案例背景

6.1.4 产品介绍

6.1.5 案例正文

6.1.6 案例分析

6.1.7 案例点睛

6.2 伊利舒化奶APP植入式营销

- 6.2.1 公司简介
- 6.2.2 乳制品行业分析
- 6.2.3 案例背景
- 6.2.4 产品介绍
- 6.2.5 案例正文
- 6.2.6 案例分析
- 6.2.7 案例点睛
- 6.3 中美史克保丽净假牙清洁片
 - 6.3.1 公司简介
 - 6.3.2 假牙护理行业分析
 - 6.3.3 案例背景
 - 6.3.4 产品介绍
 - 6.3.5 案例正文
 - 6.3.6 案例分析
 - 6.3.7 案例点睛
- 6.4 加多宝借力《中国好声音》营销
 - 6.4.1 公司简介
 - 6.4.2 凉茶行业分析
 - 6.4.3 案例背景
 - 6.4.4 产品介绍
 - 6.4.5 案例正文
 - 6.4.6 案例分析
 - 6.4.7 案例点睛
- 6.5 小米手机二代微博营销
 - 6.5.1 公司简介
 - 6.5.2 智能手机行业分析
 - 6.5.3 案例背景
 - 6.5.4 产品介绍
 - 6.5.5 案例正文
 - 6.5.6 案例分析
 - 6.5.7 案例点睛
- 6.6 长安福特新福克斯数字整合营销
 - 6.6.1 公司简介
 - 6.6.2 汽车行业分析
 - 6.6.3 产品介绍
 - 6.6.4 案例正文
 - 6.6.5 案例分析
 - 6.6.6 案例点睛
- 6.7 上汽荣威iVoka的社交网络营销
 - 6.7.1 公司简介
 - 6.7.2 自主品牌汽车行业分析
 - 6.7.3 案例背景
 - 6.7.4 产品介绍
 - 6.7.5 案例正文
 - 6.7.6 案例分析
 - 6.7.7 案例点睛
- 参考文献

《企业社交网络营销经典案例及精解》

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