

<<网络整合营销兵器谱>>

图书基本信息

书名：<<网络整合营销兵器谱>>

13位ISBN编号：9787538160925

10位ISBN编号：7538160922

出版时间：2009-10

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：刘东明

页数：289

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：<http://www.tushu007.com>

<<网络整合营销兵器谱>>

前言

在武侠小说中，开场介绍大侠的时候一般都会介绍他所使用的兵器，但凡武功高强的侠士，都会配上一个厉害的兵器。

兵器对于大侠们至少有两点意义，一是提升侠士的战斗能力，二是让大侠的争斗更具有可看性。

折射当今网络营销的现状也是各路兵家奇招百出，战术的使用也是百花齐放。

网络营销中各家的过招也如大侠们在争斗中的你来我往，如果想取得营销战场那上的胜利，如何使用恰当的战术成为网络营销中必须考虑的基础问题。

网络营销，战术至上。

一直以来，有一个比较大的争论，到底网络营销的策略和战术哪个更重要。

我是比较关注后者的，这个判断来自于几个方面，第一，网络营销也是整体营销的一部分，在策略层面万变不离其宗，而且在近几年的策略演变没有看到翻天覆地的变化；第二，从实战角度，我亲自经历的失败和成功的案例大多数不是因为策略上的失误，而是因为战术使用不当或执行不善；第三，战术变化虽多，对于整体营销活动的效果影响却能够有效评估，所以战术是可以不断优化的。

战术在网络营销中是策略产出的末端，是接触消费者和竞争对杀的关键层面，战术使用得当，就会获取更多的消费者，抢夺对手的市场份额；不当的战术只能失去消费者，让对手扩大战果。

战术分对错，也分优劣，网络营销的高手都在刻意追求更加精准和强大的战术，这点与那些在武侠世界磨练数十年以获取的夺命兵器如出一辙。

网络营销的高手也一直梦想拥有一本揭秘超强战术的秘籍，能够拆解不同的营销难题，变不利为有利，拥有它便会纵横天下，无往不胜。

东明曾经是我在奥美世纪负责内容营销的同事，也兼任几家媒体的专栏撰稿人，对于网络战术一直非常痴迷。

他能够花心思和精力收集这些网络上的战术使用并冠以兵器谱的概念，是一个非常好的动机，对于网络营销的战术总结和升华起到非常重要的促进作用。

尤其在现今众多营销高手忙于混战的时候，大家更无暇顾及战术的收集和整理。

他的这本书定位于战术，但写作手法脱离于战术的简单罗列，以武侠的兵刃概念来进行喻比传释，通俗易懂，配合案例操作，文风趣味盎然。

对于“初入江湖”的新手是一个很好的教科书，对于“纵横江湖”的老手也是一个开拓视野的案例库。

东明离开奥美世纪后就开始着手写这部书，在写作过程中也征询过我的一些想法和思路，很惭愧由于工作繁忙没有能更多与他进行互动，只能零星的以他代笔来呈现我的一些见解。

前几天他找到我让我写序，本觉得自己投入精力如蜻蜓点水意欲推辞，但东明诚意实难推脱，也就应允。

希冀从自我做起能够鼓励更多人一起探寻网络营销兵器谱的秘道。

网络营销基于网络的快速发展而不断翻新，势必需要在技术革新，应用创新以及组合应变方面跟上时代的变化，只有不断洞察网民的需求变化，不断揣测技术的日新月异才能让自己的战术立于不败之地。

此书刻意收集了现今具有代表意义的案例，来阐述最近比较流行的操作方法，是很好的现代实用手册。

网络营销，发展至今已经超过12个年头，处在“各路诸侯，争奇斗艳”的阶段。

“江湖代有人才出”，对于兵器谱的完善会不断深入下去，网络营销也必将越发精彩。

相信终于有一天，我们所崇尚的盖世兵器将演变为无形内功，营销高手之间的争斗也不再追求表面的刀光剑影，而变成“无招胜有招，无剑胜有剑”了。

也许那时东明兵器谱的续集就要改为武功秘籍了。

奥美世纪执行副总裁王宏鹏2009年5月

<<网络整合营销兵器谱>>

内容概要

古有百晓生做兵器谱，今有刘东明造网络整合营销兵器谱。

互联网改变了世界，互联网改变了营销的模式和方法。

作为国内第一本全面、完整介绍网络营销的各种主流工具（兵器）和实战方法的图书，本书围绕作者依靠多年实战经验研究总结出的网络整合营销4I原则（Interesting趣味原则、Interests利益原则、Interaction互动原则、Individuality个性原则）对网络营销界常用的网络硬广告，网络视频营销，IM营销，Widget营销，博客营销，IGA，搜索引擎营销，网络社区营销，网站建设和无线营销等目前最主流的十大网络营销利器进行了全方位，系统，透彻的介绍，同时结合大量鲜活的案例，使作者的多年研究心得彰显无遗。

这是一本必将震撼国内网络营销界的经典之作。

从事网络营销行业的您不可错过！

<<网络整合营销兵器谱>>

作者简介

刘东明，DM网络整合营销机构总经理，曾任职于奥美、安捷达等多家知名公司。

《互联网周刊》专栏作家，《销售与市场》数字营销栏目主持人，艾瑞网、中国互联网协会网络营销委员会、中国移动研究院、易观国际等多家机构专家团专家。

艾瑞网2008年度最佳新营销专家奖获得者。

多篇文章发表在《中国经营报》、《国际广告》、《现代广告》、《管理学家》、《中国企业家》、《成功营销》等多家主流媒体。

现在兼任大学广告学、网络营销学教师，并为国家劳动部、电脑商报、17pr、阿里巴巴等多家机构，企业进行网络营销培训。

<<网络整合营销兵器谱>>

书籍目录

楔子：网络整合营销兵器谱，惊现江湖！

第一章 网络硬广告，七星碧玉刀 第一节 网络硬广告的产生和发展 第二节 网络硬广告分类 第三节 各类网络硬广告形式详解 第四节 网络硬广告“创意大法” 第五节 网络环境媒体互动创意 第六节 网络硬广告计费模式第二章 网络视频营销，风火流星锤 第一节 视频迷途，希望不灭 第二节 网络视频营销的优势 第三节 网络视频营销模式详解第三章 IM营销，绵绵多情环 第一节 IM定义 第二节 “疯狂”的IM硬广告 第三节 IM沟通营销 第四节 IM信息营销 第五节 IM签名营销 第六节 IM表情营销 第七节 网络虚拟机器人营销第四章 Widget营销，多彩孔雀翎 第一节 Widget定义 第二节 Widget的产生和发展历程 第三节 Widget的创新营销方式 第四节 Widget在其他平台上的应用第五章 博客营销，清秋如意钩 第一节 认识博客 第二节 不可不知的博客营销秘籍第六章 IGA，六脉神剑 第一节 IGA的五架马车 第二节 IGA的六大应用 第三节 快马加鞭IGA第七章 搜索引擎营销，生死判官笔 第一节 SEM的定义和分类 第二节 竞价排名——向左走，向右走 第三节 SEM的升级和拓展第八章 网络社区营销，达摩五指 第一节 网络社区营销的三块基石 第二节 网络社区营销的五大利器第九章 网站建设，不老霸王枪 第一节 企业官网 第二节 MINISITE微型网站第十章 无线营销，锁人柔情鞭 第一节 无线营销，为营销“打补丁” 第二节 电子优惠券营销 第三节 信息定制营销 第四节 电子商务，闭环销售 第五节 无线营销的跨界整合 第六节 无线营销的新应用与实例分析

章节摘录

插图：第一章网络硬广告，七星碧玉刀第一节网络硬广告的产生和发展在一份来自硅谷的珍藏手稿中，记录了网络广告三位创始人——乔（Joe）、柏瑞（Barry）和何比（Herbie）之间的一次谈话。

谈话中不断有人在发问，有一连串劈头盖脸的尖刻问题：屏幕这么小，广告怎么实现？

广告费率怎么解决？

固定的广告形式和技术会出现吗？

广告主对这种广告形式有信心吗？

会遭到来自传统媒体的攻击吗……所有的这些问题，他们最终得到的结论却是：虽然现在看起来都是问题，但最终会解决的。

因此，先做起来再说吧！

追本溯源，网络广告发轫于1994年的美国。

当年10月14日，美国著名的Wired杂志推出了网络版的Hotwired（www.hotwired.com），其主页上开始有AT&T等14个客户的广告Banner。

这是广告史上里程碑式的一个标志，同时也让网络开发商与服务商看到了一条光明之路。

中国第一个商业性的网络广告出现在1997年3月，是Intel联合IBM在ChinaBvte.com投下的，广告表现形式为468×60像素的动画旗帜广告。

这则广告并不被大多数人认可，可以用amazin9来形容。

而1999年，北京三元牛奶在网易上发布网络广告，这也标志着中国的传统企业成为网络广告主的发端。

自此以后，网络广告逐渐成为网络上的热点，无论是网络媒体或广告主均对其充满希冀。

在经历了2008年北京奥运会的爆发式助推和国际金融危机的洗礼，网络广告已经走出了备受质疑的初级阶段，逐步走向成熟。

<<网络整合营销兵器谱>>

编辑推荐

《网络整合营销兵器谱》：熟练十大兵器，决胜网络营销江湖。

一本不容错过的网络营销实战宝典！

网络营销江湖深不可测。

只有掌握盖世武功，方能独步。

作为网络营销人士，这些兵器你不可不知。

网络硬广告，七星碧玉刀。

网络视频营销，风火流星锤。

IM营销，绵绵多情环。

WIDGET营销，多彩孔雀翎。

博客营销，清秋如意钩。

IGA，六脉神剑。

搜索引擎营销，生死判官笔。

网络社区营销，达摩五指。

网站建设，不老霸王枪。

无线营销，锁人柔情鞭。

在网络营销实战中，网络营销的方式早已经从单一的SEO、建站、网络广告等简单方式跳脱出来，更呈现出“百花齐放”的春色：网络视频营销、博客营销、网络游戏置入广告...“让人应接不暇”网络营销从“一招半式”过渡到了网络整合营销的“组合拳”的阶段...”

<<网络整合营销兵器谱>>

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:<http://www.tushu007.com>