

<< “微力” 无穷 >>

图书基本信息

书名：<< “微力” 无穷 >>

13位ISBN编号：9787801419002

10位ISBN编号：7801419006

出版时间：2012-1

出版时间：台海

作者：闫岩

页数：245

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>

<< “微力” 无穷 >>

内容概要

《“微力” 无穷：微博时代的实时营销与公关》是一部详细剖析微博营销的专著。作者在书中展示了怎样利用微博这个新兴的社会化媒体吸引一个固定而庞大的全新意义的消费者群体，以取得即时商务的优势，迅速拓展品牌的影响力。

<< “微力” 无穷 >>

作者简介

闫岩，社会性媒体记者，网络趋势研究先锋，资深财经作家。
拥有丰富的社区运营和推广、论坛管理、搜索引擎优化等方面的实战经验。

<< “微力” 无穷 >>

书籍目录

引言 快速、便捷——引领性的舆论场

从2010年开始的微博大发展中，有人看到了民众监督的进步，有人看到了对公民社会的推动，也有人看到了国家安全的隐患，还有人看到了个人权利的过于膨胀……

观察者们见仁见智，因为每一个人都有权利拥有一个“麦克风”，其中蕴藏着向全世界宣告他所思所想的能量！

中国式微博——微博元年的“微变革”

微博是这样“寻子”的——便捷的时效性与广泛的传递性

一“盐”难尽——微博缩短了谣言的生命周期

“清理门户”——微博谣言与我们的思辨力

链接：六大灾难谣言

上篇 微人脉——为什么潘石屹“微博一句话卖了几十套房子”？

第一章 亲和力——“名人居然是这样子的”

“你居然是这样子的”——明星也是老百姓，名人也爱“交换体”！

微博，迅速拉近了名人和普通人之间的距离，既让普通民众找到了接近名人的机会，同时也让公众人物发现了情绪的“宣泄口”。

名人的微博面孔——晒事业、晒生活、晒温柔、晒个性

为何“语不惊人死不休”——名人微博怎么了

名人使用微博的八项建议——“让子弹多飞一会儿”

名人VS草根——中国式关注

链接：微博之争：名人战略三缺一

第二章 沟通力——140字，轻松把人脉搬到微博上微博，为商务人士及企业带来了一个积累经验与人脉、打开互联网市场做生意谈合作的交流互动平台。

学会活动于你的粉丝之间，学会以粉丝和粉丝之间的有效互动为中心展开交流，学会带动粉丝的粉丝，学会拓展微博人脉关系，迎合现代社会多元化需求！

.....

中篇 微营销——在微博上为你的企业安家，与500强咫尺为邻！

下篇 微时代——3G时代的“微博人”

<< “微力” 无穷 >>

章节摘录

版权页：A) 简单的文字形式。

用140个字来简述你的个人情况、求职意向、能力特点等，然后附带一张个人照片。

文风可以是平铺直叙的，也可以是风趣幽默的。

举例：“女，22，北京人，大四，旅游管理，喜读百书，愿学百事，脚踏实地中不断地积极进取。新东方等实习经验，正在将自己历练成千里马的路上，期待并正在努力能在3年内进入500强工作。”

“号称就业最难的生物工程专业本科，号称女生不宜的伪网页程序员。

身材娇小，体型匀称，腿细长。

爱做发酵实验，也热衷拍写真，我做过台湾交流生，还喜欢仙剑和古剑奇谭。

毕业后做了半年的‘仪器销售’，专门回校讹诈老师的科研设备经费。

‘做网页’神马的，我最喜欢了。

” B) 图片的形式。

如果你没有那么好的概括能力，也没有那么幽默的语言天赋的话，就用最实用的方式，即把你的个人简历或者求职的内容保存成图片的形式进行上传，但是内容版式要调整，因为图片是有限制的。

以新浪微博为例，宽度最宽是440p，高度没限制。

因为信息是公开的，所以要注意个人信息的保密。

C) 音视频。

由于技术的限制，一部分人可能会望而却步，所以这一条不做普遍的推荐，只是推荐给一些有想法、有技术的人。

这种新颖的方式还是比较能吸引人的，而且没准你会成为网络红人哦。

【投递途径】在写完微简历之后，最重要的就是把简历投出去，这里推荐三种方法。

但方法不是唯一的，我们也期待聪明的你们可以通过自己的创新想出其它的方法。

<< “微力” 无穷 >>

编辑推荐

《“微力”无穷:微博时代的实时营销与公关》编辑推荐：你是90后，你想通过微博打造自己不可取代的个性气场？

你是80后，你想变身微博人气王？

你是70后，你想了解微博的来龙去脉与方方面面？

你是企业家，想利用微博对自己的品牌或企业进行推广？

你是普通营销人员，你想利用微博找到自己的潜在客户？

你是政府职能部门，你想利用微博更好的开展“网络问政”？

没问题，你都能从《微力无穷:微博时代的实时营销与公关》中得到答案！

关注理论，更专注实战！

让你切身体验微博这个营销工具的神奇和伟大！

SOHO中国联席总裁，张欣，新浪执行副总裁，陈彤，携程旅行网CEO，范敏，联合力荐。

企业管好微博，草根做好微博，人人都有“吸金牛博”！

中国企业在2012年后，将进入微博营销时代——微博不仅将与企业紧密结合，还将影响、改变和改造整个商业社会。

一些有远见的企业已经意识到并开始利用微博推动他们的事业，微博正在营销领域掀起一场革命：微博可以成为品牌传播的利器、微博可以成为关系营销的创新工具、微博可以成为危机公关的理想选择……微博将给营销带来革命性、颠覆性影响！

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>