



黑客派

作者: [billho](#)

原文链接: <https://hacpai.com/article/1483608623894>

来源网站: [黑客派](#)

许可协议: [署名-相同方式共享 4.0 国际 \(CC BY-SA 4.0\)](#)

<p>** 有需要该书的朋友请回帖沟通寄送方式, 谢谢! **</p>
<script async src="https://pagead2.googleadsyndication.com/pagead/js/adsbygoogle.js"></script>
<!-- 黑客派PC帖子内嵌-展示 -->
<ins class="adsbygoogle" style="display:block" data-ad-client="ca-pub-5357405790190342" data-ad-slot="8316640078" data-ad-format="auto" data-full-width-responsive="true"></ins>
<script>
 (adsbygoogle = window.adsbygoogle || []).push({});
</script>
<h2 id="正在爆发的营销革命">正在爆发的营销革命</h2>
<p></p>
<h3 id="作者">作者</h3>

Tamar Weinberg

<p>Tamar Weinberg 是一位作家, 也是 Internet 营销顾问, 擅长博主联盟、病毒式营销和社会媒体等领域。她生活在纽约市, 她在个人博客上讨论与社会媒体有关的各种话题。</p>
<h3 id="译者">译者</h3>

赵俐
刘霞
高朝勤

<h3 id="内容简介">内容简介</h3>
<p>博客、网络站点和其他社会网络为企业提供了具有巨大潜力的产品和服务营销渠道。但如何充分用它们呢? 通过阅读本书, 你可以理解社会网络技术是如何发挥功效的, 还可以学到一些最有效和实的方法, 帮助你营销的触角延伸到经常访问这些站点的人们。</p>
<p>本书作者是社会媒体和病毒式营销领域的专家, 作者避开了花哨的描写和行话, 为读者提供了明的建议以及在社会网络上进行业务定位的策略, 同时提供了案例分析, 介绍了其他公司是如何使用这方法的。</p>
<p>本书将帮助你: </p>
<p>研究博客和微博客, 发现如何应用像 Twitter 这样的网站来建立品牌知名度。</p>
<p>学习对话营销的艺术, 以及坦诚和透明的态度在发展社会媒体中的作用。</p>
<p>通过社会网络来管理和提高在线声誉。</p>
<p>进入越来越有影响力的视频和播客市场。</p>
<p>通过学习其他营销者的尝试来发现哪些策略有效, 哪些无效。</p>
<p>今天, 许多消费者都利用 Web 作为一种表达观点的途径。本书演示了如何参与对话、如何为社会做出贡献, 以及如何为产品或服务招揽顾客。</p>
<h3 id="目录">目录</h3>
<p>序前言第 1 章 社会化媒体营销简介 当前发展状况 什么是社会化媒体营销 什么使得“社会化媒体”营销与众不同 社会化媒体门户简介 通过 Web 听取用户的声音 现在是加入讨论的时候了 内容不再王 (至少它们本身不是) 是否准备好使用社会化媒体营销 接下来做什么 小结第 2 章 在社会环境中设目标 跨越障碍: 克服对自由消息的恐惧 提出正确的问题: 为营销设定目标 制订 SMART 目标 研究社化媒体社区 制订策略 何时进行社会化媒体营销 小结第 3 章 实现社会化媒体的关键: 建网和实现策略 何时应保持沉默 如何监视对话 听的同时应该做什么 社会化媒体战略的规划 建立社会化媒体网 理解 听取用户群的声音 付出的重要性 社区经理 权威账户 小结第 4 章 参与就是营销: 进入游戏 《The Clu train Manifesto》: 市场就是谈话 “参与就是营销” 现象 Graco Baby 案例分析: “参与就是营销 意味着品牌的 公开亮相和知名度 Tyson Foods 案例分析: 我们有一个博客, 我们要充分利用它 The ome Depot 案例分析: 深入了解客户的思想 Caminito 阿根廷牛排餐厅案例分析: 将牛排餐厅的消息 传遍在线的各个角落 声誉管理 Network Solutions 案例分析: 通过听来管理声誉 声誉管理监视: 应 在线监视的 12 个声誉问题 考虑声誉管理策略 小结第 5 章 利用博客与社区成员沟通, 并了解和影响 们 博客简史 博客历史 1998 ~ 2009 年: 作者是谁, 读者是谁 博客的在线影响力 如何使用博客 博客

台初学者指南 为博客读者写作 博客如何被发现 企业政策不允许建立博客时该怎么办 小结第 6 章 微客的魔力: Twitter 助你实现企业转型 Twitter 的发展史 Twitter 的商业应用应运而生 Twitter 的使用如何在 Twitter 上实现业务目标 Twitter 的其他商业用途 小结第 7 章 网络社会化: Facebook、MySpace、LinkedIn 和其他社会化网站 社会化网站简介 Facebook: 数字化的你 Myspace: 个性化的联系方式 专业化的 LinkedIn 世界各地的大型社会化网站 小结第 8 章 将知识传递给公众: 信息化社会化网络 人工编辑的社会化搜索 选择最佳答案: 利用雅虎问答进行社会化媒体市场营销 在社会化媒体营销略中可以考虑的其他问答类网站 知识就是力量 创建自己的维基网站 小结第 9 章 留下你的足迹: 如何拓社会化书签空间 书签的发展历程: 过去、现在和未来 使用社会化书签网站 其他社会化书签网站 小结第 10 章 利用社会新闻提高页面访问量 群众的智慧 什么是社会新闻 什么是社会新闻网站 社会新闻领袖的翘楚 小结第 11 章 新的媒体策略: 照片、视频和播客 利用图片来推销自己 让网页动起来: 视频营销指南 让内容创作者通过照片或视频为你做宣传 播客的出现和现状 小结第 12 章 学以致用: 将所学知识融会贯通 身份认证: 告诉别人你是谁 社会化媒体的工作流程 再谈投资回报率 工作完成了吗 在社会化媒体社区中运筹帷幄 跳出社会化媒体社区的框框: 面对面交流 培养网络创造力 也要鼓励使用 “老派营销策略 社会化媒体的底线 小结

```
<script async src="https://pagead2.googlesyndication.com/pagead/js/adsbygoogle.js"></script>
```

```
<!-- 黑客派PC帖子内嵌-展示 -->
```

```
<ins class="adsbygoogle" style="display:block" data-ad-client="ca-pub-5357405790190342" data-ad-slot="8316640078" data-ad-format="auto" data-full-width-responsive="true"></ins>
```

```
<script>
```

```
(adsbygoogle = window.adsbygoogle || []).push({});
```

```
</script>
```

```
<h3 id="其他">其他</h3>
```

```
<ul>
```

```
<li>出版社: 机械工业出版社</li>
```

```
<li>丛 书: 新媒体时代必读丛书</li>
```

```
<li>副标题: 社会化网络营销指南</li>
```

```
<li>原作名: </li>
```

```
<li>出版年: 2010-04</li>
```

```
<li>总页数: 328</li>
```

```
<li>定 价: 39.80</li>
```

```
<li>装 帧: 平装</li>
```

```
<li>ISBN: 9787111295792</li>
```

```
</ul>
```

```
<hr>
```

```
<h2 id="关于-书单-">关于『书单』</h2>
```

书单是黑客派社区的一个纸质书共享活动, 所有书均来自捐赠, 原则上当前的书籍持有者有义务书寄送给需要的会员。我们鼓励你在书籍上**留下笔迹**, 任何信息都行, 让其他可以看到一些有意思的内容也是蛮不错的 :sweat_smile:

```
<h3 id="共享意味着什么">共享意味着什么</h3>
```

一旦你共享了一本书, 就会使用你的社区账号自动发一篇书籍共享帖, 这意味着你做了一个**承诺**: 将书送到需要的人手中。如果有同城的书籍需求者回帖, 就面交吧!

```
<h3 id="如何参与">如何参与</h3>
```

```
<ol>
```

```
<li>使用微信扫码如下二维码, 进入黑客派社区小程序<br> </li>
```

```
<li>按照小程序的指引开始即可</li>
```

```
</ol>
```

```
<h3 id="一点思考">一点思考</h3>
```

类似共享书籍的事情有很多人做过, 比如:

```
<ul>
```

- 摆摆书架
- 青番茄
- 书巢
- 丢书大作战
- 很多社区的书籍交换

<p>大家的出发点都是想让这个世界变得更好。黑客派的『书单』将作为长期活动持续下去，大家随都能参与进来，让你我的生活变得更丰富有趣！ </p>