

《社交影響力Social ROI》

图书基本信息

书名：《社交影響力Social ROI》

13位ISBN编号：9789626788518

出版时间：2015-1-1

页数：292

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.tushu000.com

《社交影響力Social ROI》

內容概要

「這本書命名為「ROI」（Return On Influence），此ROI不同一般的ROI（Return On Investment）。此ROI所能創造的價值，可以更長遠，而且，隨時可遠超於金錢的短期回報。」

---Rudi Leung

香港十大新浪微博「星級童鞋」之一的Rudi Leung，教你如何打造個人社交影交影響力。這是一本關於如何透過社交網絡，建立社群，從而累積個人、企業或品牌的社交影響力的求生手冊（Survival Guide）。你不一定要順序按章閱讀，你更可以隨意翻閱某個章節的所需攻略或速成秘訣，這是在經營社交網絡遇上難題時的入門攻略、常識懶人包。

本書特色：

- * 一步步教你如何建立個人/公司社交檔案，短時間內吸納真心粉絲支持
- * 詳盡剖析LinkedIn、Twitter、Instagram等6大社交媒體必備攻略
- * 打造個人品牌、公司品牌的常用技巧，達至最強社交影響力
- * 傳授社交網絡思維、禮儀及形象，為不同年齡背景人士打破代溝

作者簡介

Rudi Leung（路迪涼），梁志成，香港廣告圈內人稱Rudi Leung，又名路迪涼。先後於香港演藝學院及香港中文大學主修音樂，曾獲香港青年音樂家大獎。其後投身廣告界，邊做廣告邊做音樂；其間，由奧美Ogilvy & Mather的小文案開始，及後加入過李奧貝納Leo Burnett、達彼思Bates及TBWA\HK，最後晉升為創作總監。

Rudi曾於1996年獲得香港4As金帆廣告的最高榮譽大獎，以及多個國際及地區大大小小的廣告創意獎項。2005年取得香港科技大學工商管理碩士後，Rudi更執起教鞭，成為HKU SPACE大學講師，專門教授品牌管理學之學位及碩士課程，累積學生數以千計。

2005年開始，Rudi由傳統廣告毅然轉戰網絡媒體，成為雅虎香港媒介部全球首位創意大使，並先後任職凱絡媒體Carat副總裁、數位廣告公司安捷達AGENDA之傳訊策劃總監，其間更為公司成立社交媒體工作室。2013年，Rudi以奧美Social@Ogilvy香港區總經理的身份，帶領團隊獲得2014年Agency Of The Year大獎之「Social Media Agency Of The Year金獎」殊榮。

《社交影響力Social ROI》

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.tushu000.com