

《视觉营销——社会化媒体营销新规则！

图书基本信息

书名：《视觉营销——社会化媒体营销新规则（全彩）》

13位ISBN编号：978712125736X

出版时间：2015-4

作者：唐兴通,杜焰,王韞千等

页数：284

译者：唐兴通,杜焰,王韞千等

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

《视觉营销——社会化媒体营销新规则！

内容概要

互联网已经走入图像、音/视频时代！这个时代的游戏规则、玩法与参与者需要的技能都将出现颠覆性的变化。随着各种网络信息越来越倚重通过更加视觉化的手段来进行传递，社会化媒体营销不可避免地需要遵循新的规则。本书原作者作为意见领袖和市场管理专家，拥有逾20年的实战经验，曾帮助众多商业公司显著提升盈利水平，目前致力于指导在线企业获取更大商业价值。在本书中，她将揭开人们为何喜欢视觉呈现的生理和心理原因，并通过丰富案例来系统解读视觉营销的方法和策略。

《视觉营销——社会化媒体营销新规则！

作者简介

书籍目录

第1部分 社会化媒体营销规则

规则1 了解视觉的说服力

- 你需要知道
 - - 图像和文字的力量
 - - 评估你的在线说服力
- 视觉营销策略
 - - 关系搭建
 - - 稀缺性
 - - 图文并茂的横幅
 - - 环保态度
 - - 通过口碑获得更多公众认可
 - - 认同，归属感，聆听反馈
 - - 互惠法则
 - - 大胆试水
 - - 公众认可
 - - WIIFM
 - - 权威性
- 参考工具
- 应用理念
- 思维导图

规则2 通过人物角色了解消费者

- 你需要知道
 - - 了解你的细分消费群体
 - - 用消费者的语言说话
 - - 通过人物角色认清目标市场
 - - 克服困难
- 视觉营销策略
- 应用理念
- 思维导图

规则3 社会化媒体需要讲故事

- 你需要知道
 - - 更大的愿景
 - - 让消费者沉浸其中
 - - 为何商业故事很难讲好
 - - 故事的框架
- 视觉营销策略
 - - 捕捉现有的故事
- 参考工具
- 应用理念
- 思维导图

规则4 用优秀内容支持业务

- 你需要知道
 - - 什么内容适合
 - - 优质内容的力量
 - - 容易消化的视觉内容
 - - 做出承诺
- 视觉营销策略

- 应用理念

- 思维导图

规则5 深入了解消费者的购物之旅

- 你需要知道

- - 如何在线购物

- - 问题所在

- - 人物角色

- - 选择

- - 细节

- - 购买

- - 满意

- 视觉营销策略

- 应用理念

- 思维导图

规则6 通过不同协作方式开展业务

- 你需要知道

- 协作方式

- - 内部协作（雇员与雇员）

- - 共创（雇员和顾客）

- - 众包（企业与专家）

- - 众筹（专家与顾客）

- 应用理念

- 思维导图

规则7 了解你的内容

- 你需要知道

- 话题库

- 视觉营销策略

- 应用理念

- 思维导图

第2部分 视觉营销常用工具

规则8 使用思维导图理清思路

- 你需要知道

- - 为何思维导图令某些人生畏

- - 优质思维导图准则

- - 在线营销中应用思维导图

- - 思维导图有利于团队协作

- 视觉营销策略

- 参考工具

- 应用理念

- 思维导图

规则9 让想法变得有形

- 你需要知道

- 创造不同的艺术形式

- 想法有形化的好处

- 将想法呈现给他人

- 想法有形化实体工具

- 视觉营销策略

- 参考工具

- 应用理念

《视觉营销——社会化媒体营销新规则！

- 思维导图

规则10 通过图表和其他数据可视化工具展现营销理念

- 你需要知道
 - - 图示的优点
 - - 可供参考的图表形式
- 参考工具
- 应用理念
- 思维导图

规则11 善用视觉引导

- 你需要知道
 - - 模板的类型
 - - 商务写作的结构
 - - 设计模板
 - - 清单的引导作用
 - - 让清单发挥作用
- 参考工具
- 应用理念
- 思维导图

规则12 通过可视化演示与观众交流

- 你需要知道
 - - 更强大更聪明
 - - 了解蜥蜴脑
 - - 优秀案例
- 参考工具
- 视觉营销策略
- 应用理念
- 思维导图

第3部分 引人入胜的内容

规则13 电子邮件仍是强大的视觉营销工具

- 你需要知道
 - - 运用QR 码
 - - 搜寻图片
- 参考工具
- 视觉营销策略
- 应用理念
- 思维导图

规则14 通过信息图传播信息

- 你需要知道
 - - 为什么人们喜欢信息图
 - - 优秀案例
- 参考工具
- 视觉营销策略
 - - 建议流程
- 应用理念
- 思维导图

规则15 使用视觉元素建立案例研究和报告

- 你需要知道
 - - CSR案例资源
 - - 在线找到你的CSR

《视觉营销——社会化媒体营销新规则！

- 视觉营销策略
- 应用理念
- 思维导图

规则16 善用数字出版与电子书

- 你需要知道
- 视觉营销策略
 - - 目的/收益
 - - 内容
 - - 文档转换和发行
 - - 增值价值
 - - 推广
- 电子书视觉效果的重要性
- 应用理念
- 思维导图

规则17 让你的视觉品牌在社交媒体上活力四射

- 你需要知道
- - 品牌分析
- - 视觉预期
- 视觉营销策略
- 应用理念
- 思维导图

规则18 使用视觉元素打造完美登录页

- 你需要知道
- - 关于登录页
- - 说服法则
- - 登录页的结构
- - 构成要素
- - 消费者在哪里
- - 有效握手
- - 电子邮件营销
- 视觉营销策略
 - - Basecamp Software
 - - WorkFlowy
 - - SEOmoz
- 参考工具
- 应用理念
- 思维导图

第4部分 社交媒体实战解析

规则19 Facebook：视觉元素必不可少

- 你需要知道
- 更加视觉化的Facebook
- 视觉营销策略
- 应用理念
- 思维导图

规则20 Twitter：链接到视觉世界

- 你需要知道
- 更加可视化的Twitter
- 参考工具
- 视觉营销策略

《视觉营销——社会化媒体营销新规则！

- 应用理念

- 思维导图

规则21 Instagram：手机端快速可视化

- 你需要知道

- - 关于标题

- - 为什么Instagram 对社交媒体非常重要

- - 应该怎样进行推广

- 视觉营销策略

- - 将Instagram 照片作为商业计划的一部分

- - 影响全世界的医疗保健公司

- 应用理念

- 思维导图

规则22 Pinterest：创建营销中心

- 你需要知道

- - 企业版Pinterest

- - 使用Pinterest 带给客户的价值

- - 什么使Pinterest 成为杰出的社会化媒体

- 参考工具

- 视觉营销策略

- 应用理念

- 思维导图

规则23 Tumblr：可视化分享无障碍

- 你需要知道

- - 创建Tumblog

- - 博客类型

- - 帖子

- - 策展 (Curation)

- - 为什么Tumblr 是杰出的社会化媒体

- 参考工具

- 视觉营销策略

- - 主题/ 品牌推广

- - 推广Tumblog

- 应用理念

- 思维导图

规则24 Google+：超越想象的可视化

- 你需要知道

- 开启Google+ 之旅

- - 为什么Google+ 是杰出的社会化媒体

- 参考工具

- 视觉营销策略

- 应用理念

- 思维导图

规则25 移动APP：丰富的视觉机会

- 你需要知道

- - 可视化能否重塑业务

- 参考工具

- - 更高效

- - 教育和娱乐

- - 支持员工协作

《视觉营销——社会化媒体营销新规则！

- 视觉营销策略
 - - 获取手写笔记
 - - 社会化媒体共享
- 应用理念
- 思维导图

规则26 YouTube：看视频之乐土

- 你需要知道
 - - 开始使用YouTube
 - - 为什么YouTube 是杰出的社会化媒体
 - - 推广
- 参考工具
 - - 屏幕录制软件
 - - 高级软件
 - - 动画视频
- 视觉营销策略
- 应用理念
- 思维导图

《视觉营销——社会化媒体营销新规则！

精彩短评

- 1、前小部分总结的不错，后面都是我大zg不能上的网站和app分析也是醉了。哎.....啥时候能真正开放
- 2、信息整理方法
- 3、一本告诉你如何规划传播内容，根据受众调整自己的方式方法的书，依据典型的互联网思维导向。很清晰，指向明确。
- 4、理论过多
- 5、1
- 6、书中网页范例过时，不如当下国内网站设计的好。视觉营销，重营销而轻视觉。对于设计的讲述不够充分。书中给出的一些小工具小网站有意思，可以登录尝试。
- 7、成熟运用是个缓慢的过程，非有专业的团队不可。

1、印刷的不错。排版和颜色的搭配，以及插图，都让我觉得还不错。但是，这种书是为了解决实际问题而存在的，如何在社会化媒体营销的趋势下进行视觉营销的设计，并发挥作用，才是这本书的价值，而这点上，本书几乎没有一点卵用！先说目录和结构：第一部分：社会化媒体营销规则第二部分：视觉营销常用工具第三部分：引人入胜的内容第四部分：社交媒体实战解析全书分成这四个部分，每一个部分再分为几个规则来说明。每一个规则又分为五部分：你需要知道、参考工具、视觉营销策略、应用理念、思维导图。从这种格式框架，就能看出来作者是多么机械而死板了。每一个点都用同样的方式，就是一个削足适履的过程。所谓的规则，是作者总结出来的。但是论证如何推倒出的结论并不充分，更着重在于在这个规则指导下如何思考。可是，你怎么就这么确定这个规则是对的，背后的逻辑是否可靠？在一个不可靠的结论指导下，去讨论方法论毫无意义。举例来说，规则中关于图像和文字的说服力，简单介绍背后的心理学知识过于简单，并不论证规则的来源，也无法让读者对规则的执行更容易理解。再比如：影响力的因素，也是直接借用了《影响力》这本书的说明。再比如：对于细分消费群体的概念根本就没有讲透。互联网的时代，是日新月异的，这种硬性的说教式的规则就是纸上谈兵。再说方法论的指导作用根本就没有可操作性，都是一些抽象的原则，都是一些非常模糊和理论性的大方向。我很难想象一个不会视觉营销的人，通过阅读，就可以开展视觉营销的设计了。而一个经验丰富的老手，也根本不必花时间去看这些纯粹的理论抽象。最后说，它想涵盖的内容太广：从原则到工具，再到内容，最后想用实例说明Facebook, Twitter、instagram（就不吐槽这些网站在天朝能不能用的问题了）。可是可是，每一个社交媒体设计的方法，都可以写成一本书，用十多页的内容来概括，必然是没有卵用的结果！总而言之，这是教授窝在家里，冥思苦想写出来的东西，卵用没有！

2、在全中国的互联网都在喊融资风口的时候，尊重用户的视觉感受不仅提升传播效率，更是企业操守。这本书从视觉内容对消费者的说服能力开始，提到了视觉营销的基本理念、工具软件和案例分析。一些工具试用了下，在线生成的因为是国外服务器，访问慢，但还蛮好的。最后的案例出现了Facebook等全套黑名单网站，我只能对比着看下山寨的新浪微博，然后很刺眼呢。

《视觉营销——社会化媒体营销新规则！

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