

《游戏行业网络营销推广实战从入门到精通》

图书基本信息

书名：《游戏行业网络营销推广实战从入门到精通》

13位ISBN编号：9787115423865

出版时间：2016-10

作者：雄信文化

页数：330

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

《游戏行业网络营销推广实战从入门到精通》

内容概要

《游戏行业网络营销推广实战从入门到精通》通过对目前游戏市场热门的80多款游戏的分析，由浅入深一步步诠释游戏行业网络营销的奥秘，并从两条主线出发帮助读者从入门到精通游戏行业网络营销，从新手成为营销高手。

一条是横向案例线，通过目前四大经典类型的热门游戏：《传奇霸业》《英雄联盟》《秦时明月》《天龙八部》进行细致透彻地分析，对游戏行业的网络营销进行深入剖析。

另一条是纵向技巧线，通过七大营销方法：精准营销、软文营销、广告营销、微信营销、二维码营销、微博营销、互动营销，深度展示游戏行业的营销技巧以及几种创新营销策略。

《游戏行业网络营销推广实战从入门到精通》结构清晰，实战性强，不仅适合游戏开发商、运营商使用，也可以作为游戏行业相关营销公司的培训教材。

《游戏行业网络营销推广实战从入门到精通》

作者简介

雄信文化，由一群公司创始者和网络营销、宣传推广等优良人员组成，致力于总结游戏行业的营销推广、经营管理等经验技巧，帮助读者在游戏行业营销、推广的道路上走得更好、更稳。

书籍目录

第1章 游戏行业网络营销入门

- 1.1 网络游戏的分类 / 2
 - 1.1.1 按游戏方式 / 2
 - 1.1.2 按游戏内容 / 9
 - 1.1.3 按游戏载体 / 10
 - 1.1.4 按游戏平台 / 11
 - 1.1.5 按玩家人数 / 12
 - 1.1.6 按游戏地区 / 13
- 1.2 游戏行业的特征 / 13
 - 1.2.1 细化分工刺激游戏行业 / 14
 - 1.2.2 IP与跨界越来越火热 / 14
 - 1.2.3 游戏行业向全球化进军 / 18
- 1.3 游戏行业网络营销盈利模式 / 19
 - 1.3.1 传统盈利模式 / 19
 - 1.3.2 免费游戏的道具盈利模式 / 21
 - 1.3.3 2种收费模式的对比 / 21

第2章 游戏行业网络营销概况

- 2.1 网游行业的发展与趋势 / 24
 - 2.1.1 对营销市场实施细分战略 / 24
 - 2.1.2 让人眼花缭乱的新营销手段 / 25
 - 2.1.3 泛娱乐营销 / 27
- 2.2 腾讯如何进行网络营销 / 28
 - 2.2.1 利用产品细分进行数据库营销 / 29
 - 2.2.2 细分战略让腾讯取得胜利 / 30
 - 2.2.3 全方位发展 / 31
- 2.3 盛大的创新营销 / 32
 - 2.3.1 努力改善用户体验 / 33
 - 2.3.2 顺应用户改变自己 / 33
 - 2.3.3 让营销游戏化 / 34
 - 2.3.4 跨界营销新出路 / 35
- 2.4 网易的成功营销策略 / 35
 - 2.4.1 网易的代言人营销 / 36
 - 2.4.2 优秀的产品质量 / 36
 - 2.4.3 让玩家做总策划 / 37

第3章 网游营销策略的经典与创新

- 3.1 PC端游戏经典营销策略 / 40
 - 3.1.1 定位营销 / 40
 - 3.1.2 广告营销 / 40
 - 3.1.3 博客营销 / 42
 - 3.1.4 互动营销 / 45
 - 3.1.5 收费营销 / 45
 - 3.1.6 品牌营销 / 45
 - 3.1.7 社交化营销 / 46
- 3.2 手机端游戏经典营销策略 / 47
 - 3.2.1 重视图标与简介 / 47
 - 3.2.2 选择正式的营销渠道 / 48
 - 3.2.3 根据周期选择营销策略 / 49

- 3.2.4 引起“苹果”员工的注意 / 49
- 3.2.5 发布日期的选择 / 49
- 3.2.6 飞流手游的营销策略 / 50
- 3.2.7 经典营销的8个注意 / 51
- 3.3 PC端游戏创新营销策略 / 57
 - 3.3.1 增强产品生命周期策略 / 57
 - 3.3.2 全力促进文化营销 / 57
 - 3.3.3 开发新的营销渠道 / 61
- 3.4 手机端游戏创新营销策略 / 62
 - 3.4.1 善用明星效应 / 62
 - 3.4.2 利用返利诱惑 / 63
 - 3.4.3 改变冲榜策略 / 63
 - 3.4.4 用奇葩策略 / 64
 - 3.4.5 整合营销：影视、明星、游戏三者的整合 / 65
 - 3.4.6 传统方法：从网络媒体到“新战场” / 66
- 3.5 【案例展示】手游营销的新尝试 / 67
 - 3.5.1 网易《实况俱乐部》名人代言 / 68
 - 3.5.2 《愤怒的小鸟》麦当劳关卡 / 68
 - 3.5.3 《乱世曲》的广告植入 / 69
- 第4章不同级别的游戏营销推广方法
 - 4.1 小游戏网络推广方法 / 72
 - 4.1.1 善用搜索引擎 / 72
 - 4.1.2 互换流量 / 73
 - 4.1.3 通过威客 / 73
 - 4.1.4 SNS推广 / 74
 - 4.1.5 导航站推广 / 74
 - 4.1.6 问答、知道 / 75
 - 4.1.7 利用博客 / 77
 - 4.2 大型游戏网络推广方法 / 77
 - 4.2.1 地面推广 / 78
 - 4.2.2 平面推广 / 80
 - 4.2.3 互联网推广 / 83
 - 4.3 线上与线下整合营销 / 86
 - 4.3.1 网络游戏中物品兑换现实产品 / 87
 - 4.3.2 购买产品获得虚拟物品 / 87
 - 4.3.3 利用网络游戏深度线上营销 / 88
 - 4.3.4 以网络游戏为卖点复合营销 / 96
- 第5章网络游戏的精准营销
 - 5.1 PC端如何进行精准营销 / 98
 - 5.1.1 让用户去决定营销方案 / 99
 - 5.1.2 找准目标再进行精准营销 / 100
 - 5.1.3 拒绝低俗内容 / 103
 - 5.1.4 精准营销要向电商学习 / 104
 - 5.2 手机端如何进行精准营销 / 105
 - 5.2.1 手游传统营销VS精准营销 / 106
 - 5.2.2 手游精准营销与IP相结合 / 108
 - 5.2.3 手游品牌精准营销 / 111
 - 5.2.4 《立体城战纪》以年龄作为营销重点 / 112
 - 5.2.5 精准营销成为手游新出路 / 114

- 5.3 【案例展示】精准营销的实战应用 / 116
 - 5.3.1 让营销有明显的差异性 / 116
 - 5.3.2 提高用户转化率 / 118
 - 5.3.3 传播的重要性 / 119
 - 5.3.4 培养用户文化 / 120
 - 5.3.5 品牌化建设，打造全新风格 / 122
- 第6章网络游戏的软文营销
 - 6.1 游戏软文的类型 / 124
 - 6.1.1 游戏攻略类软文 / 125
 - 6.1.2 曝光类软文 / 126
 - 6.1.3 评测类软文 / 127
 - 6.1.4 系列专题类软文 / 128
 - 6.1.5 归纳总结类软文 / 129
 - 6.1.6 故事类软文 / 130
 - 6.1.7 促销宣传类软文 / 132
 - 6.1.8 情感类软文 / 133
 - 6.2 游戏软文写作技巧 / 133
 - 6.2.1 写软文标题最重要 / 134
 - 6.2.2 字数不要太多 / 134
 - 6.2.3 尽量避免第一人称 / 135
 - 6.2.4 观点新颖独特 / 136
 - 6.3 游戏软文中高明的伪原创 / 136
 - 6.3.1 伪原创定义 / 137
 - 6.3.2 伪原创步骤 / 137
 - 6.3.3 伪原创的工具 / 140
 - 6.4 【创新案例】让人记忆深刻的软文 / 141
 - 6.4.1 《桃花源记》的创新软文 / 141
 - 6.4.2 《英雄联盟》的创新软文 / 142
 - 6.4.3 《DOTA2》的创新软文 / 143
- 第7章网络游戏的广告营销
 - 7.1 了解广告植入 / 146
 - 7.1.1 植入式广告的优劣 / 146
 - 7.1.2 如何处理广告植入与玩家体验之间的关系 / 151
 - 7.2 网络游戏广告植入的价值 / 152
 - 7.2.1 游戏用户带来的优势 / 154
 - 7.2.2 媒体上带来的优势 / 155
 - 7.2.3 营销上带来的优势 / 155
 - 7.3 广告植入的方法 / 156
 - 7.3.1 直接性广告植入 / 156
 - 7.3.2 间接性广告植入 / 159
 - 7.4 【案例展示】看看别人是怎么做的 / 160
 - 7.4.1 较早期的游戏广告—《街头霸王》 / 160
 - 7.4.2 持续时间较长的游戏广告—《实况足球》 / 162
 - 7.4.3 让人无语的游戏广告—《合金装备》 / 163
 - 7.4.4 高格调的游戏广告—《如龙》 / 165
 - 7.4.5 经典的游戏广告—《魂斗罗》 / 166
 - 7.4.6 玩家讨厌的广告—黑客篡改的游戏 / 167
- 第8章游戏行业微信+二维码营销
 - 8.1 微信营销与游戏的双赢 / 169

- 8.1.1 为微信游戏做推广 / 169
- 8.1.2 互动游戏戳中用户兴奋点 / 170
- 8.1.3 微信+ 游戏 更好维护客户 / 171
- 8.1.4 游戏公司如何做微信营销 / 173
- 8.1.5 微信游戏平台的出现 / 177
- 8.1.6 《天天酷跑》的微信公众号营销 / 182
- 8.2 游戏行业也进行二维码营销 / 185
- 8.2.1 《白片弹弹乐》扫二维码换游戏道具 / 185
- 8.2.2 二维码登录游戏 / 187
- 8.2.3 《英魂之刃》扫描二维码获得角色 / 193

第9章 游戏行业微博+ 互动营销

- 9.1 PC 端网游的微博营销 / 196
- 9.1.1 什么是微博营销 / 196
- 9.1.2 《新大话西游2》的微博 / 196
- 9.1.3 《新大话西游2》的微博营销 / 201
- 9.2 移动端手游的微博营销 / 203
- 9.2.1 《我叫MT》的微博 / 204
- 9.2.2 《我叫MT》微博的奥秘 / 207
- 9.3 游戏互动营销 / 209
- 9.3.1 游戏互动营销创造更多商业场景 / 209
- 9.3.2 比亚迪的游戏互动营销 / 210
- 9.3.3 功夫蟹的游戏互动营销 / 210
- 9.4 游戏互动营销案例 / 211
- 9.4.1 《幻城OL》的互动营销 / 211
- 9.4.2 百度《透明小金库》的互动营销 / 213
- 9.4.3 《古剑奇谭WEB》的互动营销 / 215

第10章 网页类游戏营销推广——《传奇霸业》

- 10.1 了解《传奇霸业》 / 218
- 10.1.1 游戏职业介绍 / 218
- 10.1.2 游戏攻略介绍 / 220
- 10.2 《传奇霸业》网络营销策略 / 223
- 10.2.1 形象代言人营销策略 / 223
- 10.2.2 大胆的跨界营销 / 224
- 10.2.3 创新的收费模式 / 227
- 10.3 《传奇霸业》的视频营销 / 229
- 10.3.1 《霸爷传奇》微电影 / 229
- 10.3.2 《传奇酒馆》网络剧 / 231
- 10.4 《传奇霸业》的软文营销 / 235
- 10.4.1 论坛中的软文 / 235
- 10.4.2 贴吧中的软文 / 238

第11章 手游类游戏营销推广——《秦时明月》

- 11.1 了解《秦时明月》 / 240
- 11.1.1 《秦时明月》网络动画 / 240
- 11.1.2 《秦时明月》手游简介 / 243
- 11.2 《秦时明月》营销策略 / 245
- 11.2.1 《秦时明月》大众营销 / 245
- 11.2.2 《秦时明月》抢占手游 / 247
- 11.2.3 《秦时明月》互动营销 / 249
- 11.2.4 《秦时明月》移动营销 / 253

- 11.3 《秦时明月》二维码营销 / 256
- 11.3.1 扫描4399微信号可获得游戏礼包 / 256
- 11.3.2 关注联想游戏中心可获得游戏礼包 / 258
- 11.3.3 178手游微信领取国庆高级礼包 / 258
- 11.3.4 腾讯特权礼包领取 / 259

第12章竞技类游戏营销推广——《英雄联盟》

- 12.1 了解《英雄联盟》 / 261
- 12.1.1 《英雄联盟》中的游戏系统 / 261
- 12.1.2 《英雄联盟》中的术语解释 / 265
- 12.1.3 《英雄联盟》职业联赛 / 266
- 12.1.4 《英雄联盟》战队 / 267
- 12.2 《英雄联盟》网络营销策略 / 269
- 12.2.1 《英雄联盟》营销 / 270
- 12.2.2 “英雄联盟”成为营销方式 / 272
- 12.2.3 《英雄联盟》优势营销 / 273
- 12.2.4 《英雄联盟》营销成功的秘诀 / 276
- 12.3 《英雄联盟》论坛营销 / 277
- 12.3.1 《英雄联盟》官方论坛 / 277
- 12.3.2 多玩LOL盒子论坛 / 279
- 12.3.3 论坛营销的成功要诀 / 279
- 12.3.4 《英雄联盟》+明星 / 280

第13章角色扮演类游戏营销推广——《天龙八部》

- 13.1 了解《天龙八部》 / 283
- 13.1.1 《天龙八部》游戏简介 / 283
- 13.1.2 《天龙八部》玩法简介 / 286
- 13.2 《天龙八部》营销策略 / 288
- 13.2.1 成功的代言人营销 / 289
- 13.2.2 精确的定位营销 / 291
- 13.2.3 “天龙好声音”与“男神天团” / 293
- 13.3 《天龙八部》论坛营销 / 295
- 13.3.1 官方论坛功能 / 295
- 13.3.2 成功的论坛营销 / 296
- 13.3.3 论坛社区 / 297
- 13.3.4 手机论坛营销 / 298
- 13.4 《天龙八部》畅易阁 / 299
- 13.4.1 什么是畅易阁 / 299
- 13.4.2 畅易阁掀起营销狂潮 / 301
- 13.5 《天龙八部》微博营销 / 301

第14章与国际接轨：游戏行业的世界性比赛

- 14.1 《穿越火线》公开赛 / 304
- 14.1.1 了解《穿越火线》 / 304
- 14.1.2 《穿越火线》中国区公开赛 / 306
- 14.1.3 《穿越火线》全球公开赛 / 308
- 14.2 《炉石传说》挑战赛 / 309
- 14.2.1 《炉石传说》黄金国际挑战赛 / 310
- 14.2.2 《炉石传说》中美对抗赛 / 311
- 14.3 《逆战》联赛 / 313
- 14.3.1 2015年“逆联赛” / 314
- 14.3.2 《逆战》世界总决赛 / 316

- 14.4 《DOTA2》国际邀请赛 / 318
 - 14.4.1 2015年《DOTA2》国际邀请赛 / 319
 - 14.4.2 G联赛 / 320
- 第15章创新案例：网络经典游戏的创新营销
 - 15.1 六大经典游戏的创新营销案例 / 323
 - 15.1.1 《征途》的地推式广告 / 324
 - 15.1.2 《征途》的“工资”营销 / 325
 - 15.1.3 金茂大厦的《永恒之塔》广告 / 326
 - 15.1.4 景区建塔，将虚拟变成现实 / 326
 - 15.1.5 《封神榜2》的信用卡机制 / 327
 - 15.1.6 《魔兽世界》与可口可乐的合作 / 327
 - 15.2 奇招才有效果 / 327
 - 15.2.1 盛大游戏的“变废为宝” / 328
 - 15.2.2 打破思维的“春运营销” / 328
 - 15.2.3 《名将三国》的Q币营销 / 329
 - 15.2.4 《龙魂》的QQ营销 / 330

《游戏行业网络营销推广实战从入门到精通》

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