

《超级网红：这么玩才赚钱》

图书基本信息

书名：《超级网红：这么玩才赚钱》

13位ISBN编号：978711544739X

出版时间：2017-1

作者：余小华,王易,管鹏

页数：242

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

《超级网红：这么玩才赚钱》

内容概要

“网红经济”日益发酵，成为资本市场“风口上的飞猪”。2016年，网红经济呈现爆发式增长，利用直播平台、移动社交工具和内容红利，众多网红涌现，通过多种商业模式将流量转化为销量，实现了网红变现。谁能成为网红，怎样成为网红，粉丝经济、网红经济、社群经济如何共同融合发展，如何构建超级IP，提升变现能力，这是更多个人和企业关注的现实问题。

《超级网红 这么玩才赚钱》从新媒体下粉丝经济、网红经济的发展趋势谈起，通过探讨社群经济下的网红模式、网红直播实战、网红电商运营实战、网红IP打造、网红粉丝社群的进化与融合、网红营销与推广、网红品牌打造及运营、网红引流策略等内容，向传统企业营销者、微商、社群电商、电商创业者等展现全方位的网红营销与运营方法，帮助读者快速找到网红经济的脉门，打造超级IP，营销效果倍增，创业成功！

《超级网红：这么玩才赚钱》

作者简介

余小华，超级联盟团队傲华荟、华南六少创始人，中国微商创业大赛导师及清华大学微创投特约讲师。2015年被南都知名媒体授予“微商极具影响力杰出青年人物”，2015年中国首届社群粉丝节暨中国社群联盟年会主讲嘉宾。

王易，华南六少之一，知名新媒体运营者和实践者，热衷于微信创业、营销和运营方面的研究和实践，成功策划和实施了众多微信营销案例，积累了丰富的经验。炒作网、微信派单创始人，曾受聘于多家广告公司担任网络营销顾问，为企业提供网络营销方面的策划、咨询和诊断。著有畅销书《微信，这么玩才赚钱》、《微信营销与运营：策略、方法、技巧与实践》、《微信电商，产品这么卖才赚钱》等书，深受广大读者欢迎。

管鹏，K友汇发起人，皮精灵助理总裁，嘉诚投资合伙人，炎黄网络创始人腾讯V5推推发起人，百度创业者俱乐部理事，新浪微博专家委员会成员，安徽省青年电子商务协会副秘书长，中国虚拟互联网产业联盟顾委会副主任，创办全社交高端人脉生态平台K友汇。著有《再战微电商：微时代人人都能玩的掘金新模式》、《再战移动电商：后互联网时代移动新势力》等书。

书籍目录

Part 1 网红的“爱”与“恨”	
1.1 移动社交下的粉丝经济与网红经济	2
1.1.1 移动社交带来的全新变化	2
1.1.2 网红经济的基础：粉丝经济	4
1.1.3 回归“人本位”，网红经济更注重“情感”	5
1.2 网红是怎样“练”成的	7
1.2.1 网红的三大特点	7
1.2.2 网红的多样化属性	9
1.2.3 没有才华，别当网红	12
1.3 网红为什么既招人爱又招人“恨”	15
1.3.1 网红为什么招人爱	15
1.3.2 网红为什么招人恨	17
1.3.3 网红生存的基础：散发正能量	18
1.4 团队营销为什么爱上了网红	20
1.4.1 全新的产品推介模式	20
1.4.2 让品牌形象得到广泛传播	21
1.4.3 借助网红，让用户精准化	22
1.4.4 用分享的态度进行全新创业探索	24
1.5 网红的机遇和挑战	25
1.5.1 全面化：不管是精英还是草根	25
1.5.2 电商化：网红必然进行探索的蓝海领域	26
1.5.3 个人与行业：网红之路面临的挑战	28
Part 2 网红千面：如何做个更有光环的网红	
2.1 自媒体网红：如何靠才华征服粉丝	31
2.1.1 有颜值，但偏用才华征服你	

31	
2.1.2	草根式 励志正向能量
32	
2.1.3	领域内独特的专业能力
34	
2.1.4	组建社群，以个人魅力放大影响力
34	
2.2	直播网红：除了颜值，拿什么来留住你的粉丝
36	
2.2.1	直播网红入门：个性十足，打动粉丝
37	
2.2.2	直播网红的基础：嬉笑怒骂才能成为网红
38	
2.2.3	直播网红的晋升：才华打动粉丝而变现
39	
2.2.4	直播网红的未来：VR时代即将到来
40	
2.3	淘品牌网红：成为最懂粉丝、最懂时尚的大咖
42	
2.3.1	自带天然“时尚属性”
42	
2.3.2	将时尚的理念传递给粉丝
43	
2.3.3	拒绝“冷漠脸”，与粉丝进行热情互动
45	
2.4	草根式网红：越接地气才越受欢迎
46	
2.4.1	卖萌耍宝讲段子：草根网红的必杀技
47	
2.4.2	敢于讲段子，更要敢于“自黑”
49	
2.4.3	草根网红的原则：平民化视角
51	
2.5	社群型网红：真正的红人IP
52	
2.5.1	社群型网红的特点
52	
2.5.2	社群模式的突出价值：打造品牌文化
53	
2.5.3	场景化打造大IP价值
55	
2.6	游戏类网红：技术与口才并重才留得住粉丝
58	
2.6.1	游戏达人
58	
2.6.2	会玩游戏，更要会解说
59	
2.6.3	会经营自己
60	

2.7 你适合成为什么样的网红

62

2.7.1 趣味测试：你是否能成为网红

62

2.7.2 自己的特质是什么

63

Part 3 网红直播电商：网红电商运营的8大策略

3.1 网红电商：内容引流，塑造小众化归属感

68

3.1.1 内容引流：有了粉丝才有消费的基础

68

3.1.2 小众定制创造更大的归属与变现

70

3.2 网红直播：淘宝、社群、微商全渠道引流变现

72

3.2.1 视频直播，做好预热

73

3.2.2 社群平台全引流，让变现呈现最大化

74

3.2.3 巧妙视频说明大引流

75

3.3 直播电商：为产品代言，或定制产品直销

77

3.3.1 场景化代言

77

3.3.2 二线网红的代言模式：产品活动折扣引流

78

3.3.3 定制产品直销：超级网红的最佳变现

80

3.3.4 代言，不是恶意营销

81

3.4 社群电商：打造会员制，会员与非会员待遇差异化

84

3.4.1 社群会员模式

84

3.4.2 引导粉丝养成习惯，打造会员制核心

86

3.4.3 差异化会员模式：让粉丝的积极性更高

87

3.5 产品定制化：打造个性化体验和唯一性标识

90

3.5.1 T恤：最有文化气质和个性的定制产品

90

3.5.2 情怀包装定制化产品

92

3.5.3 定制化产品的最佳途径：众筹

93

3.6 活动丰富化：线上线下互动打通，塑造真实场景

95

- 3.6.1 活动更丰富
95
- 3.6.2 线下活动的真实场景：形成直接购买力
97
- 3.7 平台多样化：让粉丝在每个角落都能看到你的影子
99
 - 3.7.1 微信平台：公众、群聊必不可少
100
 - 3.7.2 微博平台：展示更真实的自己
102
 - 3.7.3 直播平台：谈谈情，聊聊天，给粉丝送惊喜
103
 - 3.7.4 其他平台
104
- 3.8 学习与成长：线上线下讲演，与粉丝一起成长
105
 - 3.8.1 学习，网红永远不能停歇的脚步
105
 - 3.8.2 线下演讲：与粉丝近距离接触提升认知
106
 - 3.8.3 关注粉丝动态，不断调整自身定位
108
- Part 4 网红 粉丝 社群：如何锻造网红产业链
- 4.1 网红买手制购物模式：提升供应链效率
110
 - 4.1.1 创造新的引流通道
110
 - 4.1.2 做好网红买手制的核心：亲自上阵
112
- 4.2 网红销售模式：巨量“吸粉”，打开品牌商流量通道
114
 - 4.2.1 购买链接的直接推送：有情怀有惊喜
114
 - 4.2.2 深度评测：用专业帮助品牌“吸粉”
115
 - 4.2.3 让产品进入社群场景
116
- 4.3 网红社群模式：移动社交平台取代电商平台
117
 - 4.3.1 告别电商，用社交平台运营商业
117
 - 4.3.2 社群运营的核心：情感
119
- 4.4 内容型网红：以精准内容改变粉丝信息获取方式
120
 - 4.4.1 不断的话题输出引导思考
120
 - 4.4.2 输出更具价值的稀缺内容
122

- 4.4.3 “独特粉丝”创造更具个性化的信息内容
124
- 4.5 广告型网红：以营销推广变现社交影响力
126
 - 4.5.1 精准化的言之有物
126
 - 4.5.2 让自己变成售后与预告者
127
- 4.6 爆品IP型网红：个人品牌创造强大商业价值
129
 - 4.6.1 大IP形成的核心：社群
130
 - 4.6.2 没有IP，就没有商业价值
131
 - 4.6.3 慎重接广告：杜绝IP价值的滑坡
132
- Part 5 场景化营销：网红如何营销与推广（一）
- 5.1 粉丝管理：建立完善的粉丝服务体系
135
 - 5.1.1 完善的社群架构
135
 - 5.1.2 社群意见领袖的重要性
135
 - 5.1.3 社群小秘书做什么
137
 - 5.1.4 监督体系的建立
139
- 5.2 粉丝聚合：持续输出符合粉丝审美的内容
140
 - 5.2.1 粉丝决定了输出的内容风格
140
 - 5.2.2 粉丝聚合的核心：互动，再互动
141
- 5.3 平台整合：不同平台塑造不同的场景
143
 - 5.3.1 活动丰富，乐于分享：微博平台的场景塑造
143
 - 5.3.2 微信平台场景：图文结合，引导深度思考
145
 - 5.3.3 直播平台：打造更真实的自我场景
145
 - 5.3.4 百度贴吧：粉丝自主运营，网红定期登录
146
 - 5.3.5 社交平台，营销不是全部
147
- 5.4 参与式定制：强化参与感，以个性化放大影响力
149
 - 5.4.1 网红参与设计，凸显不一样的审美趣味
149

5.4.2 粉丝加入设计团队	150
5.5 众筹推广：以情感驱动粉丝参与热情	151
5.5.1 众筹核心：小众且精准	151
5.5.2 众筹的背后，是未来的商业	152
5.6 持续互动：实时响应粉丝需求，强化即时互动	154
5.6.1 持续互动，让粉丝们看到自己的存在	154
5.6.2 持续互动，创造全新的营销场景	156
Part 6 场景化营销：网红如何营销与推广（二）	
6.1 寻找小社交平台的精准网红，精准用户画像	159
6.1.1 兴趣及运动旅游类社交平台	159
6.1.2 科普类社交平台	160
6.1.3 视频直播类平台	160
6.2 与网红经纪公司合作，选择与产品调性相符的网红	162
6.2.1 让网红经纪公司做专业的事情	163
6.2.2 寻找与品牌气质相符的网红	164
6.3 自我孵化网红，打造产品代言人	167
6.3.1 孵化员工成为网红，输出原创内容	167
6.3.2 企业领袖成为网红，扩大影响力	168
6.3.3 部门直播，打造网红团队	169
6.4 贴片广告到软性植入的场景化营造	171
6.4.1 贴片广告的场景化植入	171
6.4.2 软广告的场景植入	172
6.4.3 直播细节中的品牌场景营造	173
6.5 利用网红集群效应，连接不同网红	174
6.5.1 聚合网红，形成规模化推广	174

6.5.2 寻找不同网红，多角度吸引粉丝	175
Part 7 品牌化战略：网红品牌的养成与变现	
7.1 网红品牌化的战略意义	178
7.1.1 增加品牌资产	178
7.1.2 网红帮助品牌脱离促销价格战	180
7.1.3 提升网红地位，加强粉丝对品牌的认同	180
7.1.4 优化品牌资源	181
7.2 做到个性化内容的持续输出	182
7.2.1 符合粉丝的标签心理	182
7.2.2 寻找粉丝们的身份认同感	184
7.2.3 用分组模式让个性内容更加精准	184
7.3 构建稳定供应链的3个策略	186
7.3.1 合作营销：打造品牌与粉丝之间的专属产品	186
7.3.2 借助大IP创建“网红品牌”	188
7.3.3 知识产权：供应链上不可忽视的细节	189
7.4 保证持续稳定的流量与销量	191
7.4.1 高流量：内容传播，互动，活动	191
7.4.2 流量变销量，保障变现能力	193
7.5 提升产品附加值与荣誉感的3个方法	196
7.5.1 让产品和服务更加个性化	196
7.5.2 情怀：提升附加值的渠道	197
7.5.3 让产品与积分挂钩，直接提升荣誉感	198
Part 8 网红IP：如何打造超级网红	
8.1 选择具备爆品特征的网红	201
8.1.1 受众群体	201
8.1.2 粉丝规模	

202	
8.1.3 内容竞争力	
203	
8.2 专业化的市场运作能力	
204	
8.2.1 给网红带来全方位的包装	
204	
8.2.2 挖掘网红的深度：让形象更为精准	
205	
8.2.3 推动国际化：让网红成为全世界的焦点	
207	
8.3 战略规划：变现途径的设定	
208	
8.3.1 入门变现：打赏、刷虚拟币变现	
208	
8.3.2 初级变现：社交平台的广告推广	
209	
8.3.3 高级变现：品牌代言的高效变现	
209	
8.3.4 顶级变现：自有品牌的大流量变现	
211	
8.4 内容运营：爆款内容成就超级网红	
212	
8.4.1 让内容更完整，更精彩	
213	
8.4.2 信手拈来的“随机内容”	
214	
8.5 资本化运作：每个超级网红背后都有资本运作	
216	
8.5.1 网红大资本做什么	
216	
8.5.2 如何找到属于自己的大资本	
217	
Part 9 网红实战：五大网红的掘金之路	
9.1 张大奕的网红之路	
219	
9.2 宠物网红：回忆专用小马甲	
223	
9.3 动漫网红：old先	
226	
9.4 “papi酱”引发的争议	
231	
9.5 同道大叔：爱吐槽的星座段子手	
235	
附：本书联合发起人名单	
239	

《超级网红：这么玩才赚钱》

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