

《软文写作与营销实战从入门到精通》

图书基本信息

书名：《软文写作与营销实战从入门到精通》

13位ISBN编号：9787115428425

出版时间：2016-10

作者：苏航

页数：302

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

《软文写作与营销实战从入门到精通》

内容概要

《软文写作与营销实战从入门到精通》通过 408 个软文营销知识要点与技巧的介绍，帮助读者从零开始学习软文策划、写作与营销知识。读者认真阅读后，将对软文写作、关键词设置、软文策划、软文营销策略、营销误区等有深入了解。软文写作技巧包括：标题写作、正文写作、开头与结尾的写法、关键词的设置、软文的发布等。软文营销技巧包括：微信营销、QQ 营销、口碑营销、事件营销、病毒营销、新闻营销、论坛营销、微博营销、百度营销等。《软文写作与营销实战从入门到精通》从案例专题角度，对非常热门的电商软文、房地产行业软文、饮食行业软文、家电行业软文、汽车行业软文进行深入剖析，让读者可以举一反三。《软文写作与营销实战从入门到精通》结构清晰、内容实用，非常适合做内容营销的新手阅读，对广大文案工作者、网络营销人士、大中专院校的师生等有参考价值。

《软文写作与营销实战从入门到精通》

作者简介

苏航 知名互联网人士，软文营销推广专家。拥有多年策划、营销、推广经验，在软文营销、O2O营销、微信营销、大数据营销以及传统的网络推广、新闻营销、事件营销、饥饿营销、SEO、SEM等方面都有丰富的实战经验和心得体会。编写了多本软文营销、微营销畅销书。

书籍目录

第1章 软文入门

1.1 什么是软文

001 软文的基本定义

002 软文的主要形式

003 软文传播的要素

1.2 软文的作用

004 软文的直接作用

005 软文的间接作用

006 软文在营销中的作用

1.3 软文的分类

007 推广类软文

008 公众类软文

009 品牌力软文

1.4 软文在硬广中的应用

010 硬广有优缺点和原则

011 在平面媒体中硬广的应用

1.5 软文推广工具的应用

012 在博客中的应用

013 在微博中的应用

014 在微信中的应用

015 在论坛中的应用

016 在网络媒体中的应用

017 在淘宝网店中的应用

018 在电子邮件中的应用

019 在QQ空间中的应用

第2章 软文写前准备

2.1 市场调研先行

020 内部和外部调研

021 进行不同人群调研

2.2 市场细分如何进行

022 什么是市场细分

023 市场细分有什么作用

024 依靠地理变量细分市场

025 依靠人口变量细分市场

026 依靠心理变量细分市场

027 按行为变量细分市场

2.3 了解软文写作中的痛点

028 给予客户安全感

029 体现个人价值点

030 满足感

031 爱情与亲情

032 建立支配感

033 给予归属感

034 归根感

035 建立不朽感

第3章 软文写作技巧

3.1 软文写作的21个技巧

- 036 掌握软文写作的要点
- 037 把读者放在第一位
- 038 关注消费者的需求
- 039 作者间接署名
- 040 必须具有价值
- 041 抓住灵感来写
- 042 切入点很重要
- 043 有观点和思想
- 044 巧妙植入产品
- 045 思路需要扩展
- 046 产品属性分解
- 047 使用情景再现
- 048 正视竞争对手
- 049 充满视觉感
- 050 制造附着力
- 051 制造导火索
- 052 软文要短小精悍
- 053 标准的800字软文
- 054 讲简洁明了的故事
- 055 学会使用新媒体的文字
- 056 给软文增加卖点
- 3.2 营销类软文写作技巧
- 057 营销软文的定义
- 058 如何写营销软文
- 3.3 广告类软文写作技巧
- 059 广告软文写作方法
- 060 报纸广告软文坚持的原则
- 第4章 软文标题的撰写
- 4.1 撰写软文标题的要求
- 061 简单直接
- 062 呼应正文
- 063 画龙点睛
- 064 擅用关键词
- 4.2 撰写标题应遵循的原则
- 065 百度收录原则
- 066 换角度思考
- 067 进行关键词组合
- 068 标题形式要新颖
- 069 不同阶段的标题
- 4.3 标题撰写的技巧
- 070 符号标题
- 071 学会借势
- 072 使用特色语言
- 073 巧用谐音
- 074 进行对比
- 4.4 撰写常规类标题
- 075 用问题引起关注
- 076 直奔主题
- 077 经验分享

- 078 制造悬念
- 079 用标题讲故事
- 080 标题中的寓意
- 081 学会在标题中总结
- 082 在标题中引爆
- 083 用新闻引导内容
- 084 通过对比来说明
- 4.5 撰写创新类标题
 - 085 标题+ 流行语
 - 086 标题+ 知识
 - 087 标题+ 提示
 - 088 标题+ 借势
 - 089 标题+ 数字
 - 090 标题+ 注意
 - 091 标题+ 鼓励
 - 092 有趣式标题
 - 093 观点式标题
 - 094 指导式标题
 - 095 推动式标题
 - 096 问题式标题
 - 097 “十大”式标题
- 4.6 撰写有吸引力的标题
 - 098 良性标题党
 - 099 恶性标题党
 - 100 打出感情牌
 - 101 隐含意义的玩法
 - 102 现身说法
 - 103 让标题有针对性
 - 104 思维逆向拓展
 - 105 标题里的警告
 - 106 用标题做承诺
- 4.7 撰写有震撼力的标题
 - 107 标题带有“恐惧感”
 - 108 标题里的交易技巧
 - 109 抓住需求点
 - 110 时间+ 历史
 - 111 两极对比
 - 112 标题里的关键词
- 第5章 软文正文写作
 - 5.1 常规式正文
 - 113 情感式正文
 - 114 促销式正文
 - 115 事件式正文
 - 116 炮制式正文
 - 117 数据式正文
 - 118 观点式正文
 - 119 研究式正文
 - 120 专家式正文
 - 121 揭秘式正文

- 122 技巧式正文
- 123 通讯式正文
- 124 历史式正文
- 125 数字式正文
- 126 故事式正文
- 127 逆向式正文
- 128 访谈式正文
- 129 感动式正文
- 130 权威式正文
- 5.2 创新型正文
 - 131 罗列型正文
 - 132 悬念型正文
 - 133 组合型正文
 - 134 创编型正文
 - 135 书信型正文
 - 136 剧本型正文
 - 137 独白型正文
 - 138 热点型正文
 - 139 实验报告型正文
 - 140 说明书类型正文
 - 141 穿针引线型正文
 - 142 先抑后扬型正文
 - 143 层层递进型正文
 - 144 剑走偏锋型正文
 - 145 娱乐报道型正文
 - 146 借势报道型正文
- 第6章 软文开头与结尾写法
 - 6.1 软文开头的写作方法
 - 147 想象与猜测型
 - 148 波澜不惊型
 - 149 开门见山型
 - 150 幽默故事分享型
 - 151 引用名人名言型
 - 152 修辞手法型
 - 6.2 软文结尾的写作方法
 - 153 抒情法
 - 154 祝福法
 - 155 回味无穷法
 - 156 首尾呼应法
 - 157 号召法
- 第7章 软文关键词的设置
 - 7.1 关键词的含义
 - 158 网络中的关键词
 - 159 软文中的关键词
 - 7.2 关键词的分类
 - 160 分类方法
 - 161 如何确定软文关键词
 - 7.3 关键词的设置技巧
 - 162 利用八卦新闻

- 163 用故事做引导
- 164 心得体会中插入
- 7.4 关键词撰写的注意点
- 165 关键词的出现频率及位置
- 166 不要将关键词神化
- 167 关键词的植入
- 第8章软文的发布
- 8.1 了解软文发布平台
- 168 软文发布平台的优势
- 169 软文发布平台的操作
- 8.2 常用的软文发布平台
- 170 软文街
- 171 艾瑞网
- 172 TechWeb
- 173 百度平台
- 174 博客类站点
- 175 Donews IT
- 176 站长网
- 177 站长优势网
- 178 站长类论坛
- 179 PCW 专家专栏
- 180 SNS 类站点
- 181 其他网站
- 8.3 软文发布的表现形式
- 182 软文发布平台的类型
- 183 软文链接的操作方法
- 8.4 软文发布的策略
- 184 明确推广目的
- 185 明确目标客户
- 186 分析不同用户的特征
- 187 将用户转化成企业的营销目标
- 8.5 论坛软文投放方法
- 188 挑选合适的论坛
- 189 选择合适的版块
- 190 撰写软文的方法
- 191 软文的投放技巧
- 192 账号的安全维护
- 第9章软文营销入门
- 9.1 什么是软文营销
- 193 软文营销的意义
- 194 软文营销的发展
- 9.2 软文营销的概述
- 195 软文营销的效益
- 196 软文营销的特点
- 197 软文营销的策略
- 9.3 软文营销的要素
- 198 热点
- 199 标题
- 200 排版

- 201 广告
- 9.4 软文营销须知
- 202 实施步骤
- 203 成功秘诀
- 204 网站收录
- 第10章软文的营销推广
- 10.1 软文推广的作用
- 205 对于宣传的作用
- 206 对于销售的作用
- 207 对于信任的作用
- 10.2 软文推广的介质
- 208 主媒体
- 209 次媒体
- 210 边际媒体
- 10.3 软文推广的优势
- 211 将产品“软”化
- 212 注意外链的增加
- 213 提高软文推广效果
- 214 提高搜索引擎权重
- 215 大量软文发布下的扩散
- 216 获得展示机会
- 217 推广覆盖面较广
- 218 容易获得转载率
- 219 降低成本
- 220 增添砝码
- 221 树立形象
- 10.4 软文推广的技巧
- 222 推广计划要做好
- 223 标题需要精心雕琢
- 224 正文结构要合理
- 225 学会使用新闻词汇
- 226 把广告毫无痕迹地植入进去
- 227 设计排版风格
- 228 故事推广法
- 229 实时话题推广
- 230 运用经验推广
- 231 相关技术推广
- 10.5 软文的痛点式营销
- 232 营销痛点如何实现
- 233 如何寻找痛点
- 234 痛点法则3大策略
- 10.6 软文的自赞式营销
- 235 “自赞”不等于炒作
- 236 突破思维定式
- 237 打破传统规律
- 238 借明星之口夸赞
- 239 用实际行动“自赞”
- 240 走在前列
- 241 用爆炸点引发讨论

- 242 与消费者进行互动
- 243 制造具有争议的话题
- 10.7 软文的头脑风暴式营销
- 244 头脑风暴的流程
- 245 头脑风暴的成功要点
- 246 头脑风暴的结果处理
- 247 头脑风暴的思维训练
- 10.8 软文的“一句话”与“二八法则”营销
- 248 “一句话”营销
- 249 “二八法则”营销
- 第11章软文的微信营销
- 11.1 了解微信营销
- 11.2 微信营销的优势
- 250 高传播率
- 251 方式多元化
- 252 高关注率
- 253 高准确率
- 11.3 微信营销的策略
- 254 用领袖的力量来引导
- 255 借助病毒营销策略
- 256 动、静形象策略
- 11.4 微信营销的实用技巧
- 257 微信营销的3个特点
- 258 朋友圈营销的4个技巧
- 259 微信营销软文的6个方法
- 260 微信公众平台营销的15个技巧
- 第12章软文的QQ营销
- 12.1 QQ营销须知
- 261 一对一的推广法
- 262 QQ社群推广法
- 263 病毒式营销法
- 264 QQ群图片推广法
- 12.2 QQ邮件软文营销
- 265 QQ邮件营销打造现金数据库
- 266 QQ邮件营销要做得精准
- 267 邮件不能直接营销
- 12.3 QQ邮件营销中的六不要
- 268 不要狂轰滥炸发送邮件
- 269 不要眉毛胡子一把抓
- 270 不要过于复杂
- 271 不要发没经过严格测试的邮件
- 272 不要浪费消费者的时间
- 273 不要丢弃实践中获得的经验
- 12.4 QQ空间软文营销
- 274 关于QQ日志软文
- 275 关于评论和点赞
- 276 关于相册和说说
- 277 关于推广
- 278 关于病毒营销

- 12.5 QQ群软文营销
 - 279 确定企业的目标客户，找到他们所在的群
 - 280 在QQ群中通过及时与成员互动进行推广
 - 281 掌握主动性，进行精准QQ群营销
- 第13章软文口碑、事件、病毒、新闻营销
 - 13.1 什么是口碑营销
 - 282 网络口碑营销
 - 283 口碑营销的特征
 - 13.2 软文口碑营销的四大法则
 - 284 生动有趣
 - 285 便于扩散
 - 286 让人满意
 - 287 赢得尊敬
 - 13.3 软文口碑营销的策略和误区
 - 288 软文口碑营销的策略
 - 289 口碑营销的误区
 - 13.4 什么是事件营销
 - 290 软文事件营销的价值
 - 291 软文事件营销的特性
 - 292 软文事件营销的操作要点
 - 13.5 事件营销的策略
 - 293 借助势气策略
 - 294 借助明星策略
 - 295 赞助体育活动策略
 - 296 制造声势策略
 - 297 舆论策略
 - 13.6 病毒式营销
 - 298 病毒式营销的特点
 - 299 病毒式营销软文的分类
 - 13.7 新闻营销新玩法
 - 300 寻找热点
 - 301 选择合适的平台
 - 302 进行互动
- 第14章软文的论坛、微博、百度营销
 - 14.1 软文论坛营销
 - 303 论坛推广的定义
 - 304 论坛推广的流程
 - 305 论坛软文帖子写作方法
 - 306 发帖时间中的技巧
 - 14.2 软文微博营销
 - 307 微博营销的定义
 - 308 微博营销的流程
 - 309 微博营销的技巧
 - 14.3 软文百度营销
 - 310 百度推广的定义
 - 311 百度推广的3种方式
- 第15章案例：电商软文
 - 15.1 软文对电子商务的影响
 - 312 电子商务离不开软文

- 313 软文营销带动电商发展
- 15.2 电商软文撰写方法
- 314 切入行业趋势
- 315 带入生活故事
- 316 留下伏笔
- 317 利用事实做渲染
- 318 掌握消费者心理
- 15.3 淘宝店的软文营销应用
- 319 了解淘宝
- 320 宝贝描述中的软文
- 321 取个有吸引力的标题
- 322 注意宝贝关键词
- 323 宝贝描述软文要图文结合
- 324 软文中展示买家好评
- 325 软文中展示售后与质量保证
- 第16章案例：房地产行业软文
- 16.1 房地产软文类型
- 326 常规类
- 327 节点类
- 328 通知类
- 329 活动类
- 330 说明类
- 331 新闻类
- 332 答谢类
- 16.2 房地产软文篇章结构
- 333 开门见山式
- 334 避实务虚式
- 335 惊雷细雨式
- 336 突兀悬念式
- 337 故事引导式
- 338 情感沟通式
- 16.3 房地产软文发布平台及方法
- 339 门户网站发布流程
- 340 门户网站的分类
- 341 0731 房产网
- 342 搜房网
- 343 搜狐焦点
- 16.4 房地产软文写作技巧—3种方法
- 344 树立品牌形象
- 345 深化产品卖点
- 346 强势促进销售
- 16.5 房地产软文写作注意事项
- 347 不要让软文变成垃圾广告
- 348 不要让软文太啰唆
- 349 软文不是发布得越多越好
- 350 不可与当下营销节奏脱节
- 351 不可恶意诋毁竞品楼盘
- 第17章案例：餐饮行业软文
- 17.1 餐饮行业软文写作技巧与注意事项

- 352 品牌的塑造
- 353 产品的拆分
- 354 用事件做营销
- 355 色香味俱全
- 356 顾客体验
- 357 避免对企业的直接宣传
- 358 避免同行业进行比较
- 359 价格出入不可太大
- 360 避免和行业法规冲突
- 361 了解读者喜好
- 362 进行策划
- 363 注意格式
- 364 注意口碑
- 17.2 酒类软文写作技巧与发布平台
- 365 拥有足够吸引力的标题
- 366 将企业的亮点展现出来
- 367 酒媒网
- 368 酒仙网
- 第18章案例：家电行业软文
- 18.1 了解产品是写作的基础
- 369 软文体现产品质量
- 370 软文体现产品特色
- 18.2 低价和赠品是推广的有力武器
- 371 用低价吸引眼球
- 372 用赠品拓展客户
- 18.3 完善的服务会增加你的回头客
- 373 附加服务更能打动客户
- 374 促销升级案例
- 375 服务升级案例
- 18.4 家电行业软文发布平台及方法
- 376 家电软文发布的优势
- 377 家电软文发布简介
- 378 网易家电频道
- 379 长株潭网
- 380 中国家电网
- 18.5 家电行业软文写作注意事项
- 381 不要把家电软文写成说明书
- 382 不可忽略品牌
- 383 家电产品的信息必须准确
- 384 家电软文布局美观
- 385 家电软文用词“生活化”
- 第19章案例：汽车行业软文
- 19.1 汽车行业软文的类型
- 386 科学宣传型软文
- 387 功能型软文
- 388 新闻型软文
- 389 感性型软文
- 390 案例型软文
- 391 销量型软文

- 392 领军型软文
- 19.2 汽车软文写作技巧
- 393 软文篇幅要合理
- 394 软文分段要清晰
- 395 图文并茂更有吸引力
- 396 添加超级链接
- 397 文末需要总结
- 398 控制关键词出现频率
- 399 凸显汽车的价值
- 400 活动才是硬道理
- 401 只写专一产品
- 402 拿出权威性
- 403 抓住4个角度
- 404 引入新闻式标题
- 405 抓住热点实事
- 406 利用评测手法
- 407 选择特定主体
- 408 突出汽车性能

《软文写作与营销实战从入门到精通》

精彩短评

1、自己是“营销”这个领域的小白，买了一本这样的书回来看。觉得它是不错的书，如有需要建议大家购买。

《软文写作与营销实战从入门到精通》

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