

# 《引爆新媒体营销》

## 图书基本信息

书名：《引爆新媒体营销》

13位ISBN编号：9787121277190

出版时间：2016-1

作者：龚铂洋 著

页数：268

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](http://www.tushu000.com)

# 《引爆新媒体营销》

## 内容概要

《引爆新媒体营销》是“微营销”一词的创始人龚铂洋先生的巨作，围绕新媒体营销领域的最新“全案案例”及日常运营的短期快速创意案例，系统梳理和总结出了新媒体营销的相关理论和方法论，为企业和同行提供可以学习与复制的样板。本书的读者对象包括学习营销的从业人员以及对营销感兴趣的所有人员。《引爆新媒体营销》图文并茂，案例附带二维码可让读者阅读时即刻扫描体验最炫酷的互联网动态页面，《引爆新媒体营销》是一本能线上线下互动的书籍。

# 《引爆新媒体营销》

## 作者简介

龚铂洋

深圳钛铂新媒体营销股份有限公司（原名尚道微营销）创始人、CEO、中国电子商务协会网络营销专家，服务于腾讯、海航、华为、招商银行、平安银行、周大福、百丽、电信等数十家上市公司和知名品牌。

15年IT行业营销管理经验，先后就职于宏碁电脑、TCL-阿尔卡特、长虹手机，从基层工程师做到公司营销高管，担任多家高校及媒体的专家和嘉宾，包括：北京大学CIO班微营销讲师；清华大学EMBA班网络营销讲师；深圳大学传播学院网络营销特聘专家；中央人民广播电台经济之声特约评论员；香港卫视、华娱卫视、深圳卫视节目嘉宾。2009年发行手机行业营销专著《中国手机市场营销攻略》

；2012年发行微营销行业视频光盘《微博营销赢天下》；2014年发行中国微博微信运营专著《左手微博 右手微信》，长居亚马逊电子商务排名前列。

个人微博：@龚铂洋

个人微信：gongboyangtv

个人微信公众号平台：boyangtv

## 书籍目录

- 第一部分 新媒体营销创意方法论 1
- 第1章 新媒体品牌打造3I方法论 2
- 第2章 新媒体事件营销“五个一”工程 12
- 第3章 新媒体创意传播钻石模型 25
- 第二部分 引爆七式，新媒体营销全案 33
- 第1章 引爆第一式：名人大V引爆  
——苍井空互联网卖内衣 34
- 第2章 引爆第二式：四微立体引爆  
——华美食品进军互联网，打造“会说话的月饼” 46
- 第3章 引爆第三式：线下线上联动引爆  
——维也纳移动端订房一年突破一个亿 71
- 第4章 引爆第四式：跨界联合引爆  
——“朵唯”、“土豆”跨界联袂共推逆客手机 84
- 第5章 引爆第五式：媒体融合引爆  
——华娱卫视《小资女孩向前冲》电视剧新媒体推广 101
- 第6章 引爆第六式：事件营销引爆  
——海王“买跪了”创意视频打响春节营销战役 112
- 第7章 引爆第七式：创意游戏引爆  
——“男性主义”护肤品微博营销新突破 125
- 第三部分 4招秒懂，新媒体快创意 139
- 第1招 节日营销 140
- 第2招 热点借势 167
- 第3招 日常快创意 212
- 第4招 H5开发 229

# 《引爆新媒体营销》

## 精彩短评

- 1、作为一个从业者来看，干货不多，优点是比较系统化。
- 2、新媒体在飞速发展，可以说是日新月异，看这本书的时候它还刚出版不久，可过一段时间，它就已经开始out了，因为新媒体又多了一个直播。但是这本书的优点是它提出了研究和运用新媒体的方法论，也有相应的例子，比起很多书一味的说事例说故事，它的脉络无疑是更清晰，对像我这样的新手帮助很大。
- 3、刷新三观赚眼球的营销

# 《引爆新媒体营销》

## 精彩书评

1、本人在读这本书之前，没有过任何营销经验，这应该是我的营销启蒙书，通过这本书，我知道了借势营销，比如：苍井空卖内衣顺便@雷军，怎么能引起大家兴趣怎么来，要豁得出去。还有要顺应你的顾客群的喜好，比如：我是江小白，天天喜欢宅。感觉营销要利用人性的弱点。

### 1、《引爆新媒体营销》的笔记-第1页

# 《引爆新媒体营销》

## 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](http://www.tushu000.com)