

# 《无“微”不至》

## 图书基本信息

书名：《无“微”不至》

13位ISBN编号：9789864550578

出版时间：2015-7

作者：梁布特

页数：212

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)

# 《无“微”不至》

## 内容概要

微信是当前即时通讯领域的创新业务和模式，运用前景广阔，是企业实现业务增长和品牌传播的重要手段。由于微信业务方兴未艾，企业应用还处于相对简单的阶段，而企业对其理解也比较片面和模糊，微信营销作为一种创新营销模式，在营销界及企业界尚处研究初期。《无微不至：10分钟玩转微信营销》作者长期从事营销及互联网营销的研究及实践工作，是本书既有理论高度又有实操价值的保证。

# 《无“微”不至》

## 作者简介

梁布特，互联网营销实战型专家，浸谙营销行业多年，有十多年一线营销推广和营销管理经验，擅长网络营销、微信营销。曾著畅销书《微信营销一本通》

## 书籍目录

- 01 为什么要做微信营销
  - 第一节 微信的由来 \ 004
  - 第二节 什么是微信营销 \ 010
  - 第三节 微信是微博的2.0吗 \ 016
  - 第四节 社会化媒体的营销趋势已经形成 \ 023
  - 第五节 没做微信不能说你懂营销 \ 026
  - 第六节 微信的对手们都在干些啥 \ 033
- 02 微信营销凭啥这么“火”
  - 第一节 自媒体爆炸催生圈子营销 \ 039
  - 第二节 微营销时代如何营销 \ 042
  - 第三节 移动社交媒体的互动营销 \ 045
  - 第四节 黏度营销下的价值聚焦 \ 052
  - 第五节 O2O模式下的探索营销 \ 055
  - 第六节 微信营销价值的深度挖掘 \ 058
  - 第七节 移动消费模式的发展 \ 066
- 03 微信营销VS其他网络营销
  - 第一节 曾经的微博营销 \ 075
  - 第二节 都有谁正在玩微信 \ 084
  - 第三节 微博：品牌的扩音器 \ 089
  - 第四节 微信：营销的发动机 \ 093
  - 第五节 如何实现微信营销与其他网络营销的融合 \ 097
- 04 如何做好微信营销
  - 第一节 准备工作 \ 105
  - 第二节 玩转微信要技巧 \ 128
  - 第三节 我是否适合在微信上做营销呢 \ 138
  - 第四节 微信营销的安全须知 \ 149
  - 第五节 微信功能的深度开发 \ 153
  - 第六节 如何评估微信的营销效果 \ 159
- 05 微信达人们是如何抢占定位优势的
  - 第一节 微信营销都能干些啥 \ 165
  - 第二节 如何让你的微信成为焦点 \ 170
  - 第三节 微信营销，他们很成功 \ 179
  - 第四节 微营销：微信也要玩整合 \ 191
  - 第五节 微信营销来袭，你该行动啦 \ 196

# 《无“微”不至》

## 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)