

社会化媒体 与新媒体营销

主讲：刘东明

刘东明老师介绍



新闻 网页 贴吧 知道 MP3 图片 视频 地图

刘东明 网络营销

百度一下

主讲课程

《总裁网络营销实战》
《传统企业电子商务之路》
《玩赚淘宝》
《低成本创新营销》
《移动互联网营销》
《网络危机公关实务》

- ❁ 清华、北大总裁班网络营销创始专家
- ❁ 腾讯智慧营销研究院专家、新浪微博内容营销奖评委、网易汽车中国汽车数字营销总评榜评委、搜狐营销堂专家、韩国釜山国际广告节弘报大使艾菲国际奖、金鼠标奖、台湾时报华文广告金像奖、淘宝营销盛典、网标奖、中国新媒体节评委、中国首席电子商务官联盟发起人、电商中国创始人、中国网络营销大会、中国电子商务品牌大会、中国服装大会嘉宾。
- ❁ 上海交大客座教授、复旦、厦门大学、南京大学、浙江大学EDP、中山大学MBA、西南财经大学EMBA电子商务授课专家。中国电子商务职业经理人认证课程研发中心主任，中国电子商务协会PCEM网络整合营销研究中心主任、中国十大网络营销专家

刘东明老师培训辅导客户



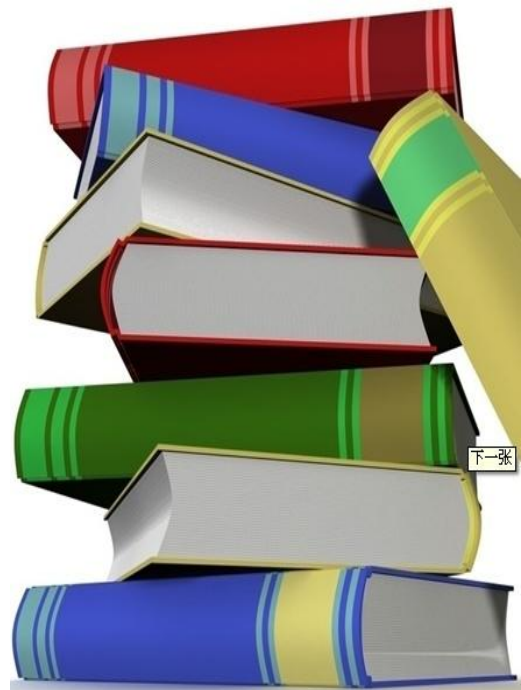
❁ 为中欧商学院、纽约广告奖、中国银行、建设银行、农业银行、上投摩根、百度、阿里巴巴、淘宝、香格里拉、国家电网、上投摩根、雪佛兰、茅台水立方酒、茅台鸟巢酒、五粮液普什医塑、强生、IBM、通用、中粮、诺基亚、腾讯、新浪、搜狐、网易、凤凰网、优米学院、新华书店、金龙客车、美肤宝、中国高校网络营销师资研修班、国家药监局、国家人力资源和社会保障部、海信、创维、百胜、云南旅游协会、九阳、ING、思科、蒙牛、联想、TCL、长虹、杰士邦、中国移动、中国联通、中国电信、总裁网、中国培训网等品牌培训、服务。

刘东明老师采访、奖项

- ❁ 中央人民广播电台、新华社《中国品牌》《中国日报》《中国经营报》《销售与市场》新浪微博名人堂、搜狐营销堂、阿里巴巴受访专家 百度《简单》、腾讯《网道》、淘宝《卖家》、阿里巴巴《天下网商》、《互联网周刊》专栏作者
- ❁ 刘东明老师曾带领DM网络整合营销机构荣获艾瑞中国最佳网络广告创意奖、易观国际网民最佳认知奖、微博营销巅峰案例大奖

刘东明老师著作

- ❁ 编著中国第一部网络整合营销畅销书《网络整合营销兵器谱》;主编中国营销史上第一部网络营销年鉴《中国网络营销年鉴》;清华大学出版社《微博营销》;清华大学出版社《蜕变——传统企业如何向电子商务转型》(合著)清华大学出版社《网络营销其实很简单》(合著)
- ❁ 并为清华大学出版社《网络营销——工具 理论 实战》湛庐文化《信任代理》、搜狐《营销堂》、《网站运营之人性、策略、实战》作序、推荐语。



刘东明老师部分作品

《网络整合营销兵器谱》

- 王府井书店\中关村新华书店等推荐管理类畅销书
- 西单、王府井图书大厦、全国新华书店、卓越、当当、蔚蓝等网络书店发行
- 艾瑞总裁杨伟庆、奥美副总裁王宏鹏、龙之媒
- 总经理徐智明、国安总裁尹淼、电通副总经理刘哲、《中国经营报》副总编韩晨曦等总裁高层联袂推荐
- 《经理人》经理人十本必读财经图书
- 2009最受欢迎的十本计算机图书（至顶网）
- 2010北京图书订货会辽宁出版集团封面推荐书
- [抢阅》](#)



《中国网络营销年鉴》

- 中国电子商务协会、北京师范大学公共治理研究中心网络营销部、中国电子商务协会PCEM网络整合营销研究中心参编，奥美世纪、搜狐it营销堂、艾瑞、易观、DCCI、广告门、网赢天下联袂推荐！
- 中国电子商务协会理事长宋玲、北京大学新闻与传播学院副院长陈刚、奥美世纪执行副总裁王宏鹏、叶茂中营销策划机构董事长叶茂中、科特勒咨询集团（中国区）总裁曹虎博士等倾情作序
- [抢阅》](#)

《微博营销：微时代营销大革命》

- 新浪、奥美、艾瑞、《广告大观》、
- 《市场观察》、《21世纪广告》等知
- 各企业具有实战经验的营销专家编著，
- 联袂推荐。理论与实战融合内容系统、
- 全面。
- [抢阅》](#)





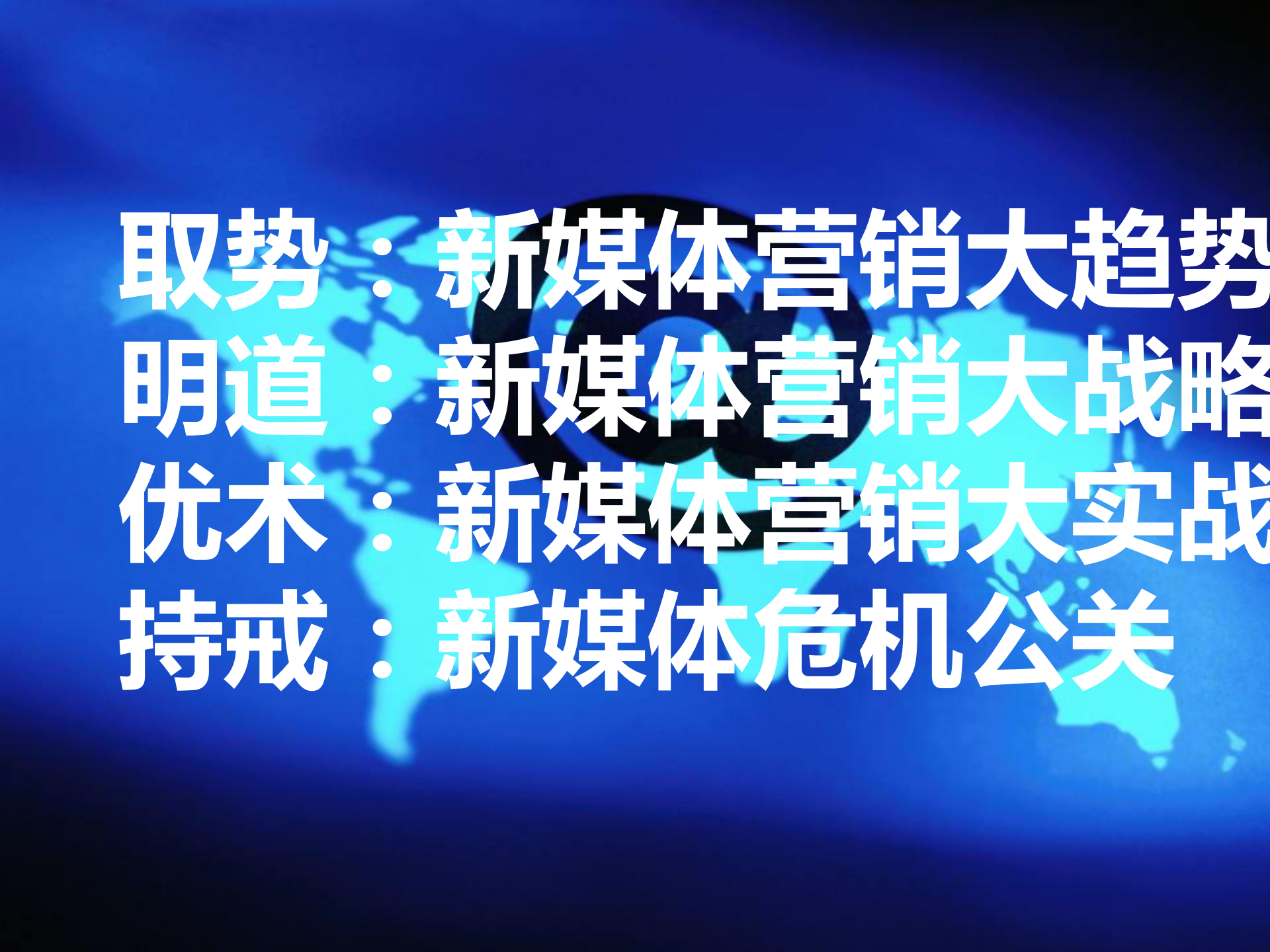
了解更多

[新闻](#) [网页](#) [贴吧](#) [知道](#) [MP3](#) [图片](#) [视频](#) [地图](#)

刘东明 网络营销

百度一下

[空间](#) [百科](#) [hao123](#) | [更多>>](#)



取势：新媒体营销大趋势

明道：新媒体营销大战略

优术：新媒体营销大实战

持戒：新媒体危机公关



**你睡前的最后一个
媒体是？**

Focus
Media

分众
传媒

消费时点





**马云让传统商家睡不着觉
谁让马云睡不着觉**



扫一扫即可购买，方便快捷！

MP-5200A



Mobile Power

Fit for Mobile phone, MP3/MP4, Games...

image

image

微信支付 |

易迅商城 深圳市易迅电子商务有限公司通用机打发票

壹元以下

发票号码: 05706473

发票代码: 144031308124

发票联

开票号码: 25706473

2015-10-15

行业分类: 零售业

开票人: 张佳文

商品名称	单位	数量	单价	金额
image 移动电源 MP-5200A 移动电源 5200mAh 苹果版 小米版 小米版 小米版	个	1.0	19.98	19.98
运费、手续费、保价费	个	1.0	1.00	1.00

合计金额(大写): 贰拾肆元玖角

合计(小写): 25.98

校验码: 0894748000275306ADEA

销售方识别号: 44030576160017

销售方名称: 深圳市易迅电子商务有限公司

备注: 1-1

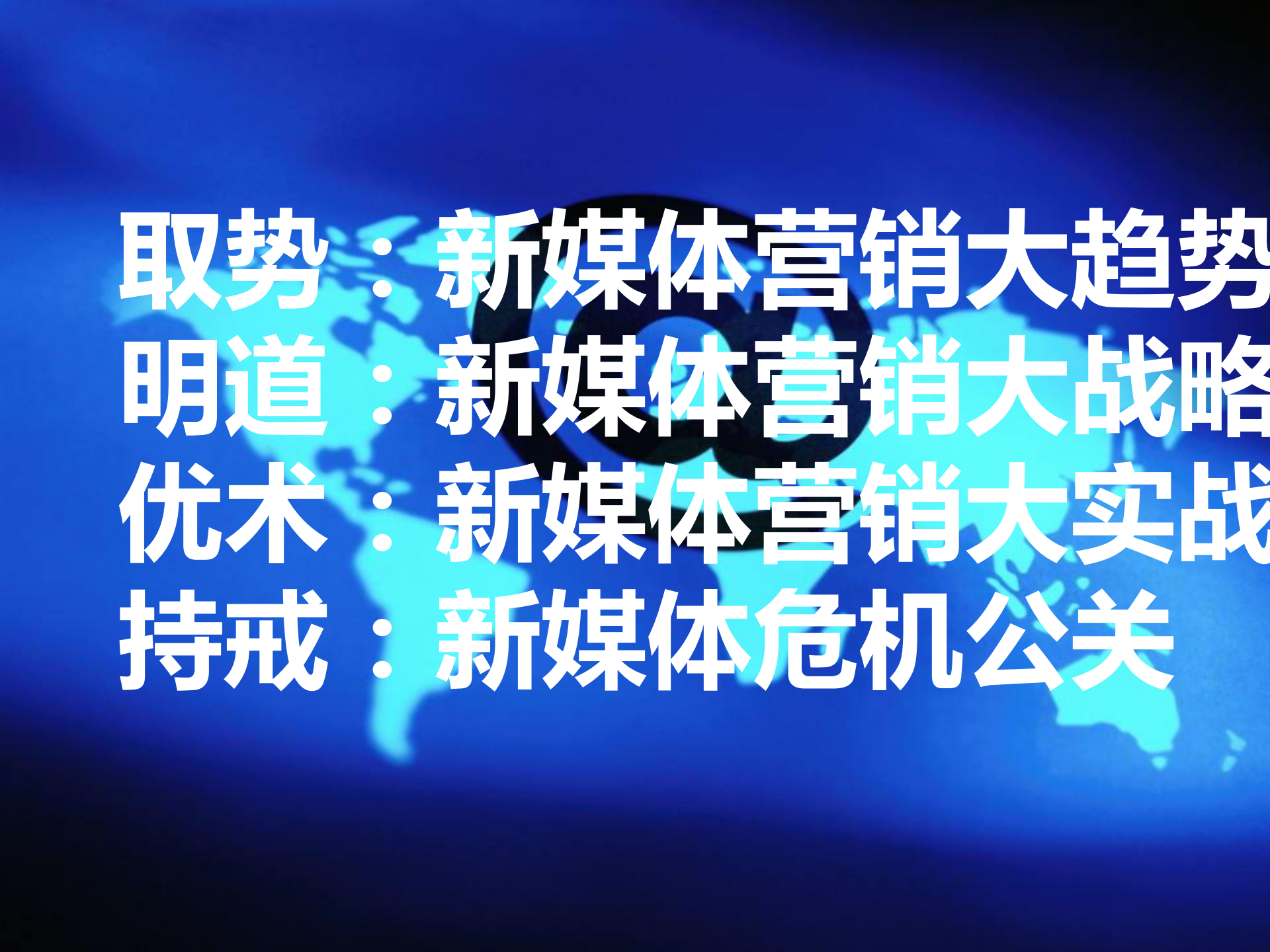
87237795

开票人: 朱钱清

开票单位(盖章): 深圳市易迅电子商务有限公司

发票开具日期: 2015-10-15

(本发票开具金额超过万元无效)



取势：新媒体营销大趋势

明道：新媒体营销大战略

优术：新媒体营销大实战

持戒：新媒体危机公关

史上最牛的 汽车销售员

【世界上最伟大的销售员】



- ★人类推销史上的奇迹创造者
- ★连续12年荣登吉尼斯销售冠军宝座
- ★创造连续12年平均每天销售6辆汽车的世界记录
- ★全球最受欢迎的实战派演讲大师
- ★世界500强企业精英的崇拜者
- ★全球逾八百万人受训于他
- ★全球四本畅销书的作者
- ★全球逾千万人研读过他的著作

你想提高收入吗？你有多渴望呢？你想多久了呢？是两年、五年，还是上了十年呢？你知道销售等于收入吗？你想让你的销售业绩提高10倍以上吗？只有世界第一名，才能教你成为第一名。你知道谁是销售界的迈克尔·乔丹吗？平均每天销售6辆汽车，连续十二年吉尼斯销售纪录保持人，世界第一名销售大师——乔·吉拉德！





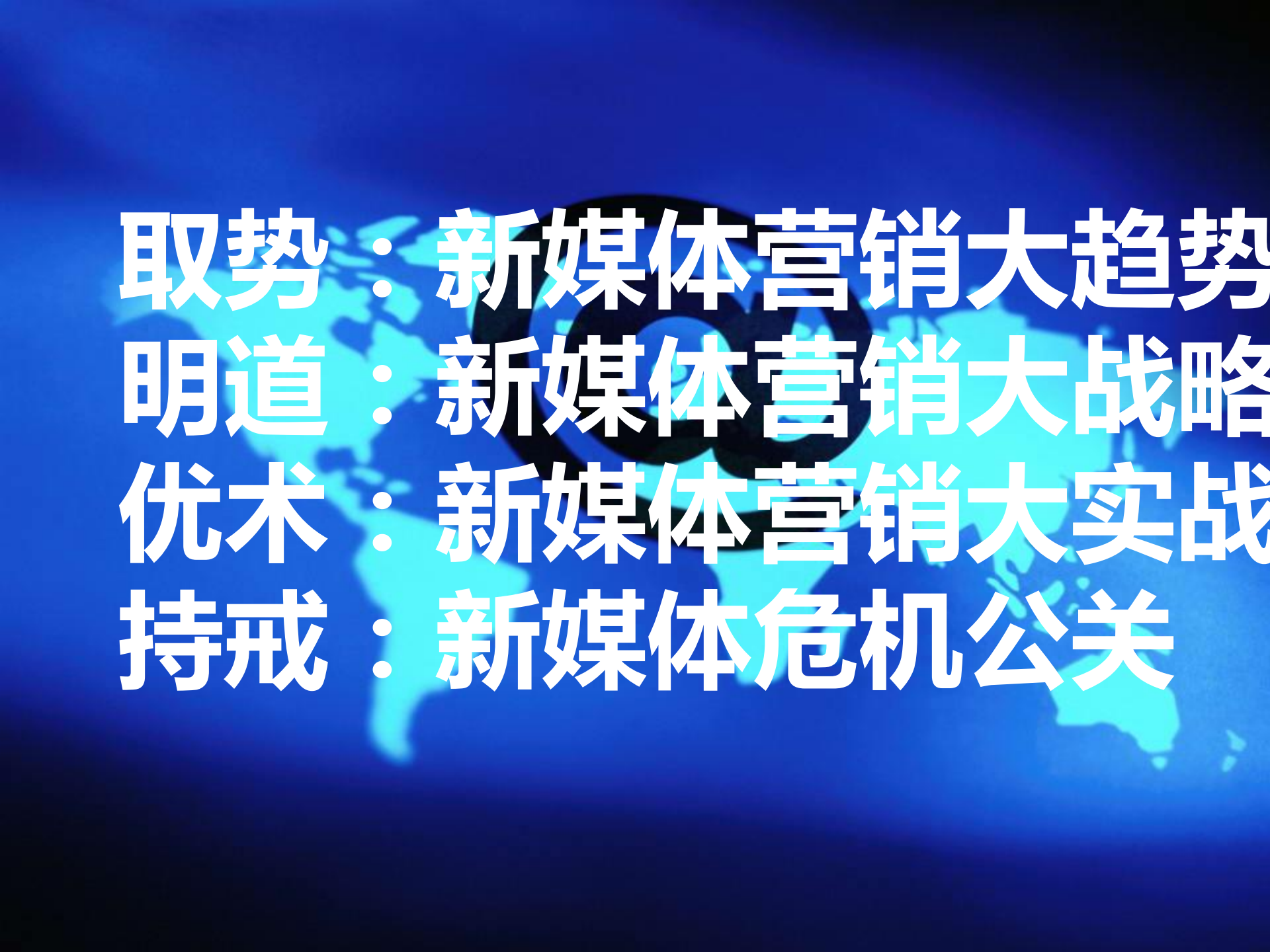
◎刘东明/编著

洞悉**微博**营销之道，
让微博成为**聚拢人气**
和**财富**的高效平台！

微时代营销大革命

微博营销

清华大学出版社



取势：新媒体营销大趋势

明道：新媒体营销大战略

优术：新媒体营销大实战

持戒：新媒体危机公关

微信营销 绵绵多情环





微信

扫一扫

摇一摇

漂流瓶

二维码

微电商

朋友圈

微信群

公共平台



微方案落地系统

微定位

微引流

微关系

微成交

微代理

定位

微信功能定位

微信形象定位



以客户服务为主的
新兴沟通渠道(A)

以导流支持业务的蓄
水池媒体(B)



以获客为目的的CPA模型



以支持业务为目的的CPC模型



同步分享

客户网上自助体验平台
(A+U+R+B)



下载

下载

分享

掌上生活

客户手机自助体验平台(L+R)

手机银行

内容管理互为镜像，
客户管理各有侧重

腾讯微博

QQ空间

人人网

开心网

我行我素

CHEVROLET

2013雪佛兰新媒体营销应用

主讲：刘东明





招商银行信用卡中心

微信认证 招商银行信用卡中心官方微信



接收消息



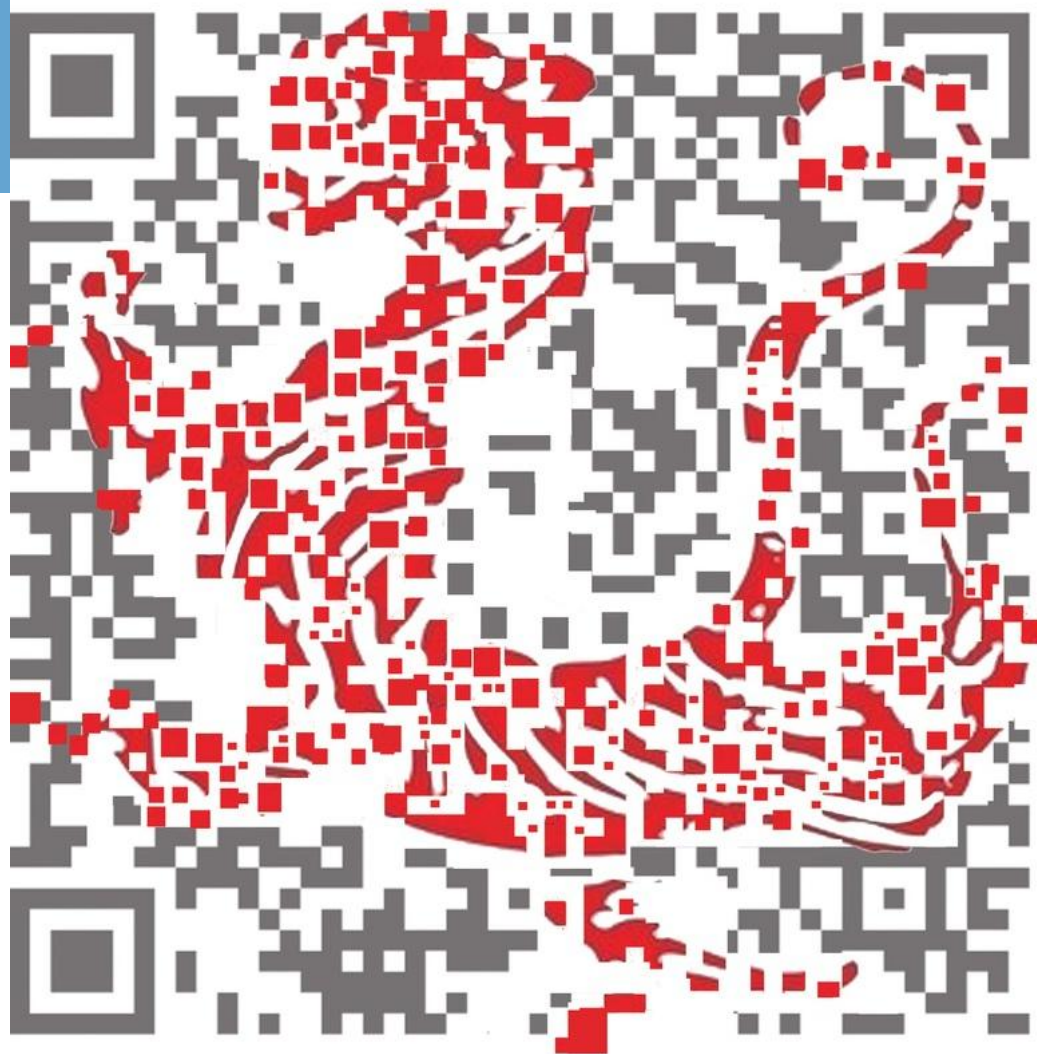
在我的名片里显示



查看消息



沃妹谢谢您的支持!



二维码有码神器

美诺——装点生命新色彩！

HI 32610665 A

I9



THIS NOTE IS LEGAL TENDER
FOR ALL DEBTS, PUBLIC AND PRIVATE

Anna Escobedo Cabral

G₁

Treasurer of the United States.

SERIES
2006

100



MÉNOW 美诺®



HI 32610665 A

Henry M. Hankson Jr.
Secretary of the Treasury.

100

G 256

<http://menow.tmall.com>

FRANKLIN



美诺彩妆“创富之星”召集令

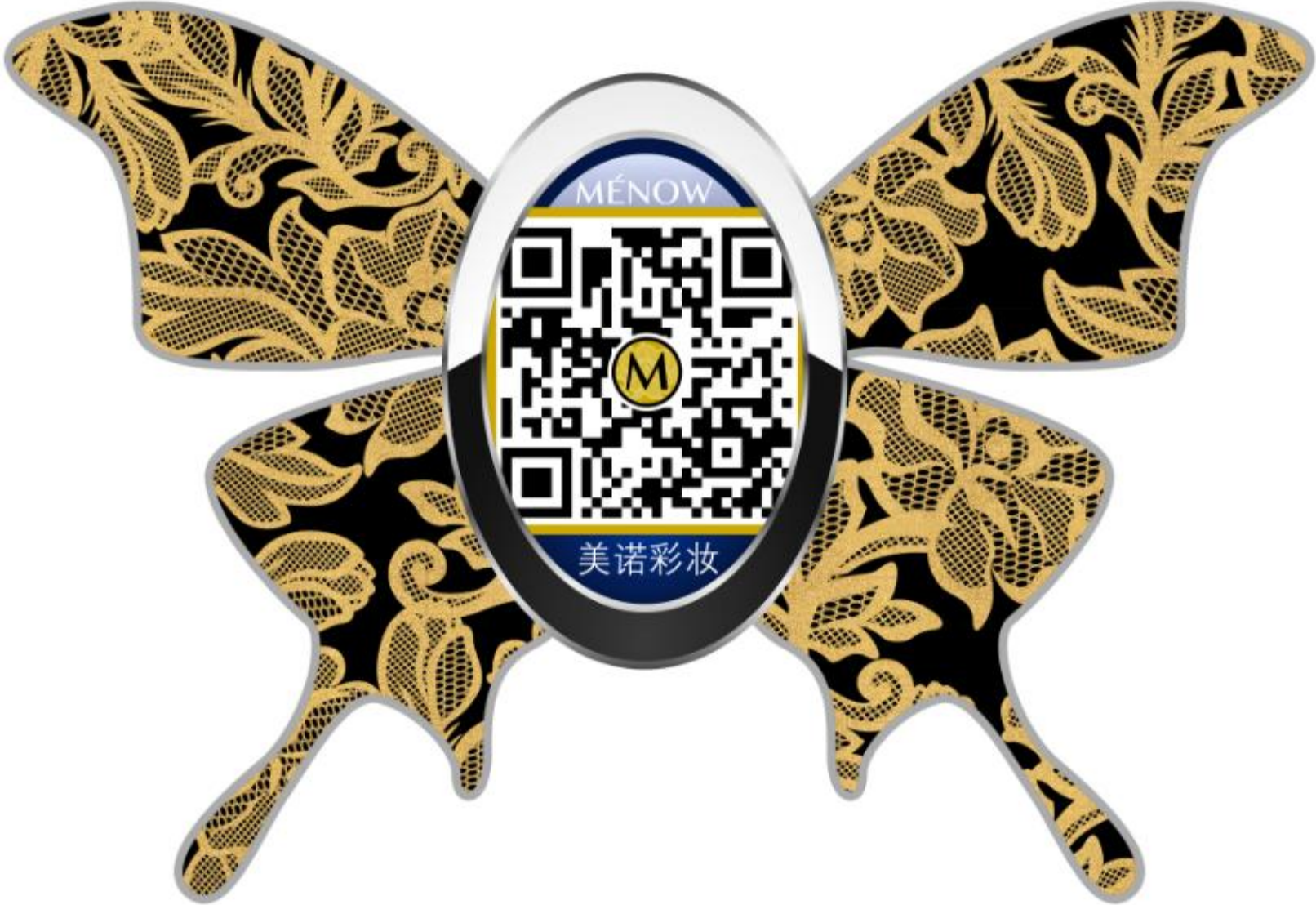
一个从世界回归中国的彩妆品牌
一个以肌肤保养为目的彩妆品牌

“保养品+彩妆品”的完美叠加
护肤和彩妆都能事半功倍的推手

美诺创富宝典

牵手美诺，共同成就财富梦想

财富电话:18665683528



ANVAN[®] 汉芳[®]



汉芳形象代言人
马 苏



欧哲泉形象代言人
影视巨星 陈 数

收视女王，新晋视后 共创辉煌



了解更多

[新闻](#) [网页](#) [贴吧](#) [知道](#) [MP3](#) [图片](#) [视频](#) [地图](#)

刘东明 网络营销

百度一下

[空间](#) [百科](#) [hao123](#) | [更多>>](#)





@YOUSOKU

本活动最终解释权归YOUSOKU所有

加粉神器



微活动



微信内容规划体系



一级菜单	说明	二级菜单	内容说明
品茗轩	产品及品牌文化介绍——用生动的语言和表现形式	减肥女王	碧生源减肥茶的介绍（包含溯源信息、生产展示等）及饮用攻略
		唯尚家族	唯尚茶系列的介绍，用拟人化的表现手法，重点会介绍寻茶笔记和查案高手两款极具互动性的产品
		茶宠出没	围绕碧生源茶产品衍生的创意礼品，如摆件、茶杯、手册、吊饰等；可动员用户提供创意，碧生源官方设计；茶宠也拟人化
		畅游碧生源	碧生源工业园及可公开参观的场景的短视频或3D图的欣赏，让用户通过微信畅游碧生源背后的事物，增强品牌认知
		中国第一茶品牌	碧生源品牌介绍及动态、广告欣赏、代言人寄语、公告等
享瘦堂	互动活动及增值服务展示——定期更新内容和互动，提高粘性	活动中心	聚合微信发起的各类互动活动，如征文、选秀、抽奖、游戏等，有大活动时，直接连接到大活动，作为报名与参与入口
		茶瘦之道	减肥茶正确、科学的饮用方式介绍、热心用户的瘦身减肥经验分享、与减肥美体相关的tips，做成多条图文的减肥志呈现，每期有征文
		家族日记	唯尚系列产品的拟人化时尚饮茶杂志，内容生动活泼，采取角色化管理
		名人说茗	定期或不定期邀请名人谈茶养生、茶塑身，视频或图文形式；也包含经授权使用的名人关于茶的解读和饮茶分享
		姐妹瘦与茶主播	姐妹瘦是针对减肥茶的固定活动，茶主播是针对唯尚产品的固定活动
购时尚	优惠、微商城、其他购物平台购买及个人代理和企业定制服务；以及个人中心聚合信息查询	活动汇	各大销售平台的优惠活动、优惠券派发以及其他活动的聚合
		微商城	主推微信微商城，如有必要，也可以以多条图文链接到其他销售平台
		微代理	用户即销售，碧生源微信个人代理发展计划，通过微信申请代理，然后在后台生成个人帐号，通过自己的各种渠道销售
		企业合作	企业免费展架申请、企业定制合作、企业周期购、定期广告素材、调研等
		个人中心	绑定各平台帐号、积分查询与兑换、订单查询、售后服务；个人代理业绩查询

微服务：解密小米微服务



法拉利微信神秘问候



微信自动回复变身一站到底

每天，有超过5万人在挑战TA

微信

艺龙旅行网



go



【与小艺一战到底】

积分：0 答题：0

题目：

被称为人类史上最大规模的迁徙活动的是？

1. 欧洲人迁徙北美
2. 非洲人迁徙美洲
3. 春运

微信自动回复变身AB剧



如何记忆抓水蓝精灵





项目	工作人员	日均处理 信息量 (私信和 提及)	平均私信 响应时间	平均提及 响应时间	转化率 (销售或 流量增长)	客户满 意度
	30人	1.54万条	15分钟	35分钟	8个月销 售突破 300万台	高

小米手机微营销5大黄金准则

1. 只服务有主动兴趣的用户

服务范围：私信、@、评论小米相关微博用户

2. 让每一个有兴趣用户获得最好的互动体验

一个满意客户的服务就是一个免费销售的招募

3. 最快响应

每次回复都带有响应时长标签，方便工作考量

4. 每条信息都能责任到人、每次互动都可跟踪

权限分级预设、工作自动分发、自动统计报表

5. 引导用户主要通过私信进行投诉

主要处理私信，避免投诉公开可视化

30分钟

通过信息优先响应和自动分配功能，实现客服响应时间不超过30分钟

30人

可以同步支持30人的客服团队同步操作，并自动生成工作报表

10000条

每天响应微博上的所有提及超过10000条信息

300万

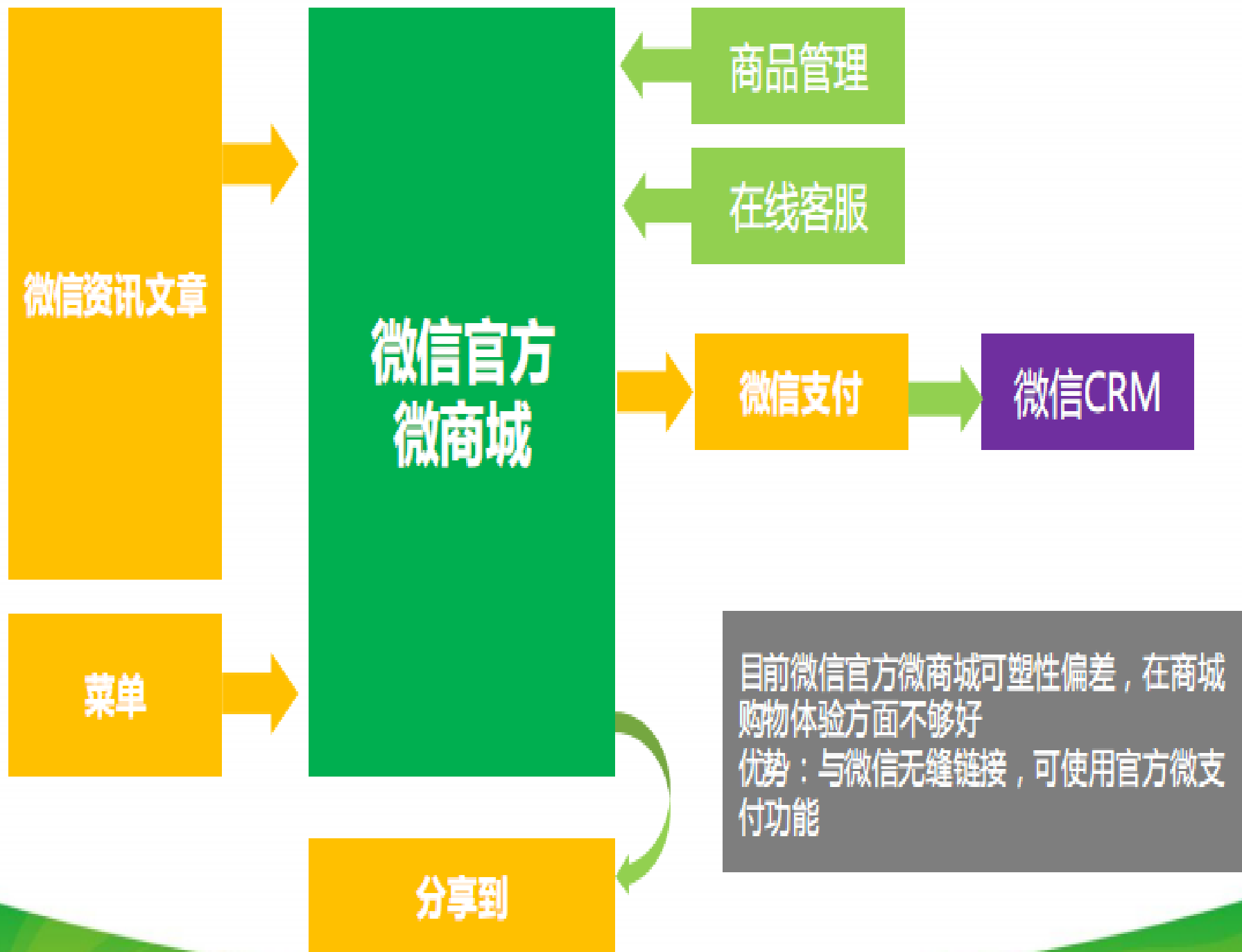
真实米粉的数量在微博上短短半年时间已聚集300万

500万

小米手机2012年有望售出500万台

南航微信值机





微代理申请

点此查看申请条件

微信号:

姓名:

手机号:

好友数:

收款帐号:

提交申请



成为微代理

微信
朋友圈
QQ群
F2F
.....



微代理



微商城或后台
直接下单

快递



注册好屋

零门槛 人人都可免费注册



推荐买房

轻松推荐 坐等成交 好屋提供全程服务



赚高额佣金

成交审核通过 2周佣金到账

加入经纪人

明星经纪人



陈阿姨

赚佣金 ¥25846

好屋中国经纪人模式非常好，我从中不仅收获了佣金，更收获了快乐。



江尚鹏

赚佣金 ¥53200



王玉立

赚佣金 ¥68665



叶贻

赚佣金 ¥98879

最新发放佣金



经纪人：139****6009

推荐：姑苏公馆

成交：2013.09.21

赚佣金 ¥6630



经纪人：135****3393

推荐：石湖公馆

成交：2013.09.25

赚佣金 ¥5550



经纪人：1350****5556

推荐：招商小石城

成交：2013.09.22

赚佣金 ¥4615



本月赚佣金排行榜



经纪人：

189****2231

赚佣金 ¥9800

推荐：3套

2 150****2352 - ¥8200

3 189****5299 - ¥5500

4 139****2817 - ¥5000

5 137****6837 - ¥3642

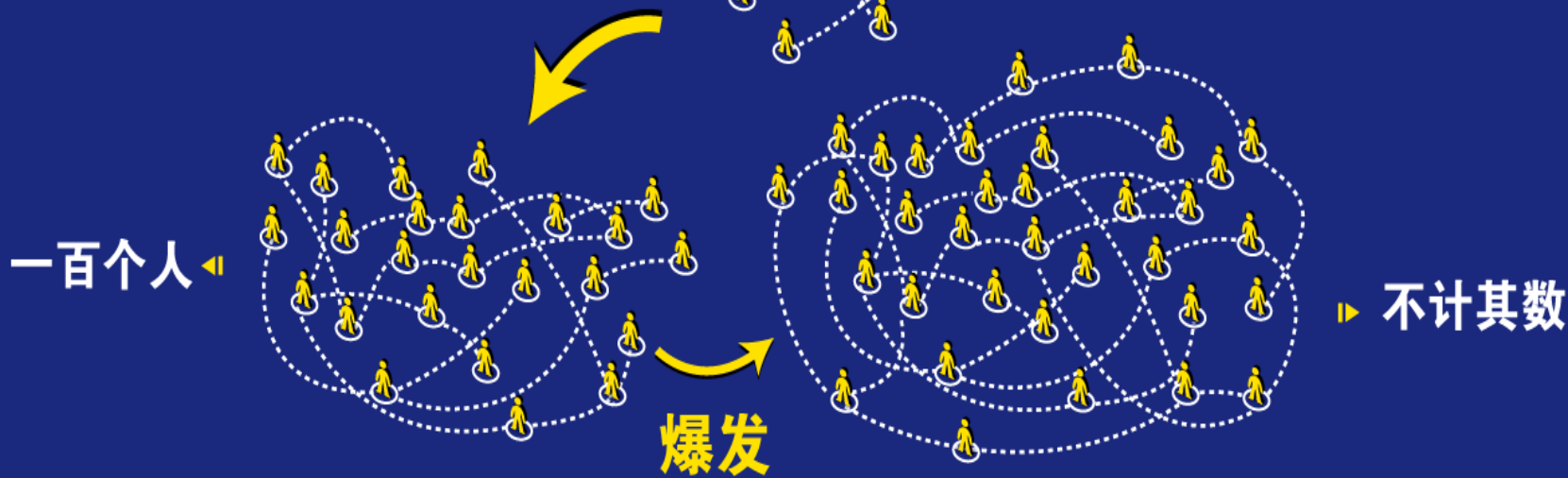
6 158****7139 - ¥3403

7 189****2231 - ¥3306

8 150****2352 - ¥2712



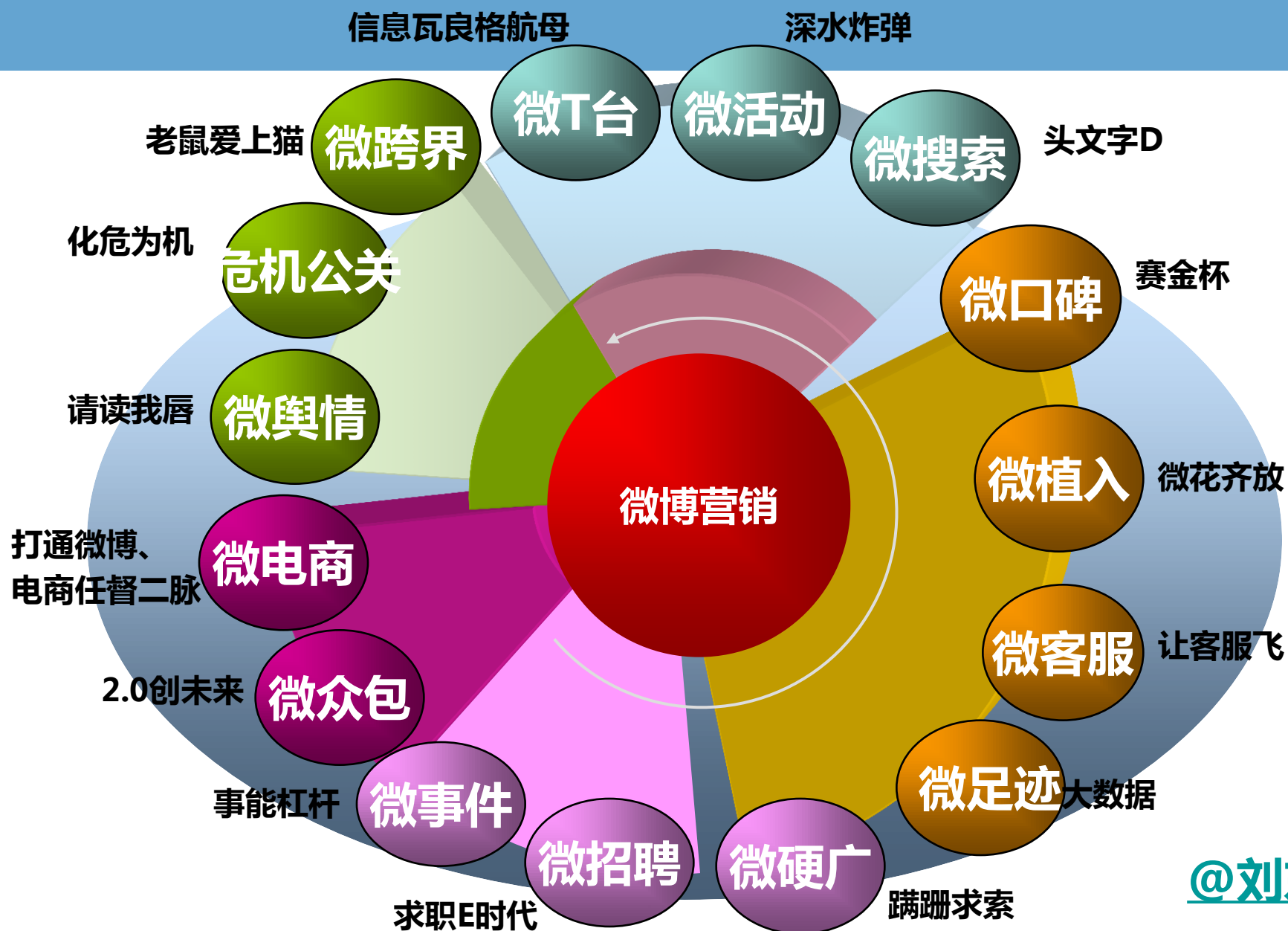
微传播



微博营销 多彩孔雀翎



微博营销十五大模式



有新功能啦
快点看看!

#私奔天台山宣言#王功权和王琴私奔了，奥特曼和PP猪私奔了，中国旅游日源自天台山，天台山5月19日到21日3天免费迎客，一起组团私奔到天台吧！佛国仙山，私奔好去处，转发本微博+[#私奔天台山宣言#](#)+发表私奔宣言，逢含516、519、520的楼层（如1516,1519等），即送PP猪漫画1套，just奔it！

[查看大图](#) | [向左转](#) | [向右转](#)



5月18日 22:57 来自新浪微博 举报

转发(5130) | 收藏 | 评论(5325)

评论

520私奔

北京 东城区

657 166 115
关注 粉丝 微博

奔完了，记得回

互相关注

个人资料

易道

中国传媒大学

更多>>

520私奔的标签

旅游 旅行 时尚

粉我者我必粉之

微博互粉 私奔到天台

私奔流浪小清新

私奔到月球

我们一起私奔吧

微博私奔日

520私奔的粉丝(166)

分享这个团购到:  新浪微博  腾讯微博  豆瓣  搜狐微博  开心

团购网站信息



QQ: 1435754590

电话: 4006-060806

邮箱: jiazhenqiang918@hotmail.com

查看 可购可乐 全国的所有团购信息

相关推荐团购活动



¥0.00

【26聚】26聚团购网"每日一聚"活动第6期,0元购买,在附言里



¥0.00

往日团购: 【可购可乐】 【中国第一私奔团】 原价377元, 现仅0元! 浙江天台山中国旅游日5.20-5.21两天免费畅游, 现面向全国征集52名帅哥靓女加入PP猪浙江天台山私奔群, 来这里寻觅我们私奔的另一半, 一起私奔吧!



全国

更多全国团购网站大全信息

已结束

¥0

原价	折扣	节省
¥377	0.00折	¥377



本团购结束于:

2011-05-20 08:00:00

 顶 0

 收藏 0

 提醒 0

内容举报

点击活动提醒, 在用户中心可设置或修改提醒日期, 邮件提前三天通知

友情提示

目前国内的团购网站发展的速度加快, 一方面方便大家挑选, 另一方面也为团购带来了风险, 为了保护您的切身利益, 一家网提醒您在选择团购的时候注意:

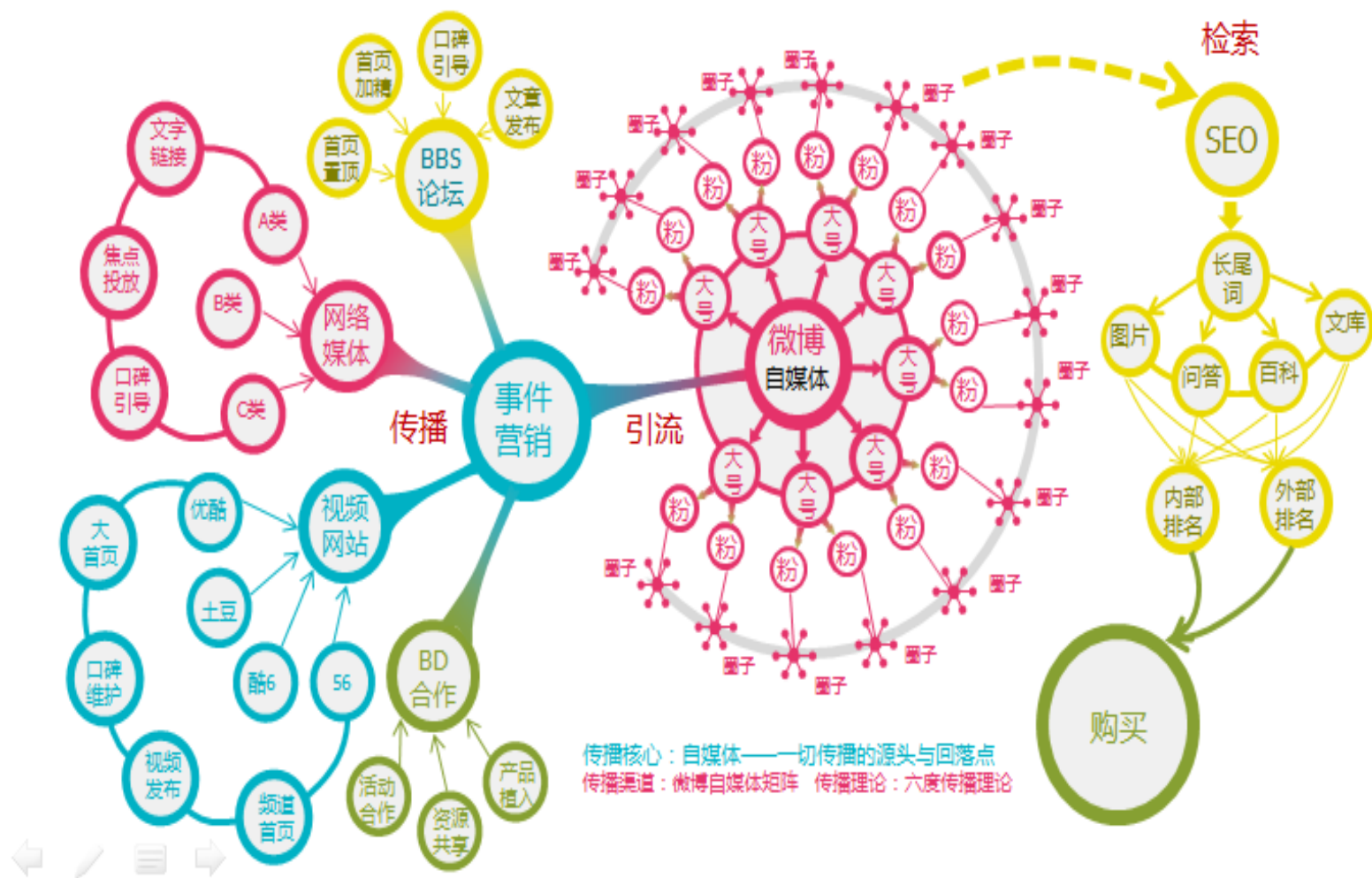
1 请在下订单时确认你所进的网站是安全可信的, 你可以查看其过往团购记录, 网友评价, 商家口碑评价, 商家合作情况。

你会和谁私奔？

寒山子

无法面对家族的期待和信任，
也没办法和弟弟妹妹们解释，
也不好意思，故不告而别。
叩请宽恕！奥特曼鞠躬

中国旅游日源自天台山





微搜索 头文字D



金字塔目标客户搜索法则



微博营销，就是要**发现目标客户，并且转化为客户**



味精--: 看我这**凡客**的衣服配lalabobo的裤子效果咋样🤔, 价钱差距太大了🤔🤔



凡客
诚品



weinixiaoqu★: @**凡客诚品** 嗯, 不知说什么, 刚才接到一通电话, 说我的**凡客**订单刚从济南发出~31号的订单, 昨天下午还说让我在家保持手机畅通等收货🤔然后订单跟踪都显示出库了呀, 配送在途了呀~~今天跟我压货了, 今天就给我发, 我真的没生气, 我想哭了我~~🤔好吧, 这个我也理解, 山东人多, 嗯, 一定是这样的

评论



3-小宇宙: 本来想在**凡客**上买双鞋!! 看评价和朋友说他们家的鞋特别特别的硬而且还磨脚丫子!! 看来还是去实体店买吧!! 🤔

18分钟前 来自新浪微博

转发 | 收藏 | 评论(2)



Minoz-还是快乐的爱牛奶的小二子: 突然**想买**牛仔裤和**帆布鞋**! 很想买! 也不知道为森末。。。@**Fiano**的Z小调

今天11:40 来自Weico.iPhone

转发 | 收藏 | 评论(4)



山石夕渡: 天气开始转好, 秋意渐渐明显, **换衣**的季节到了, 新款**秋装**早已上市, 今年流行什么款式和颜色? 🤔🤔

2011-8-31 07:15 来自新浪微博

转发 | 收藏 | 评论(1)



消费客户



消费客户



意向客户



需求客户



潜在客户

微足迹，大数据



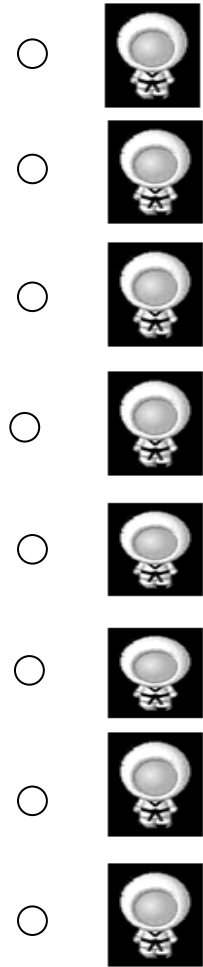
微视频 风火流星锤



自来水调查



病毒视频



视频营销推广

原创类 视频网站

媒介特点

视频作为一种非常直观的媒体进行传播，用户信息接受度高，娱乐性强。

综合类 视频网站

门户类 视频网站

发布方式

制作相关别墅展示视频在各大视频网站根据视频属性发布至相应分类。



视频: 万科翡翠别墅地产广告

生活频道 >> 生活列表 >> 家居 >>



youku 优酷 .com



视频渠道的如何运用？

视频传播的步骤

步骤一：

上传至**TOP10**视频网站

步骤二：

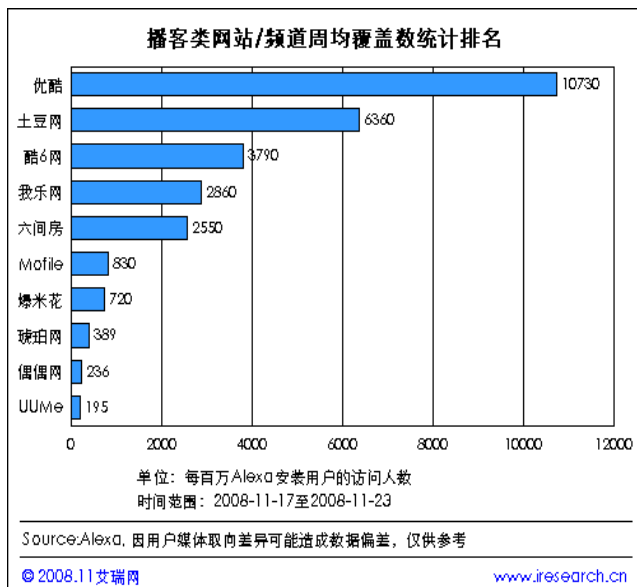
各视频网站海量上传

步骤三：

引导转载与分享

传播流程：将制作的视频在知名视频媒体进行上传、转载，增加曝光量

优酷、土豆、酷六等浏览排名靠前的视频网站



Step1: 上传到核心视频网站



主流核心视频网站进行
位置购买，达到
初始高曝光量，为点击创
造机会。

视频上传关键词：艳遇 首饰 钻戒 傻小子 帅哥



Step2: 视频网站海量上传



在各视频网站进行海量上传，并通过**变更视频名称在核心视频网站进行同一视频的多次上传**，制造更多被关注的可能性。

短期高频出现

目的：获得更高关注度

方式：变更视频名称——不同的视频名称会对不同的人产生吸引力；扩大传播规模——在所有关注度高的视频网站进行多次上传

Step3: 引导转载与分享



在大型门户类论坛杂谈等版块发布论坛帖，进行帖子内容的视频嵌入，通过网民转载达到高传播率。

回复引导广泛扩散

效果：在其它视频回复及论坛交流平台中进行信息引导性回复留言，提供视频链接，达到广泛扩散效果。

模拟网民心理

评论：哇塞，这创意绝了！场景连贯，感动人心~~

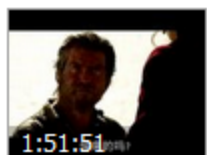


梧桐之恋首映礼

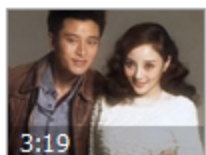
02:51

- 绿地送玫瑰第二季 (03:21)
- 土豆我问你 (05:56)
- 瞧一瞧看一看长春市锦... (05:56)
- 梧桐之恋花絮 (02:49)
- 送玫瑰表白 (03:48)

土豆推广



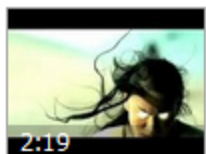
王牌对决.Seraphi m.Falls.2007



李小璐&贾乃亮



超美台大校花



预告各种



第1-17条，共17条



乔壹

2012-02-22 21:02:49

是，真名，一个很不错的模仿者，蛮有名

回复



俏儿儿

2012-02-22 09:11:07

回复@默默的脸:他真叫王靖元啊?



俏儿儿

2012-02-22 09:11:07

回复@默默的脸:他真叫王靖元啊?

来自 新浪微博

回复



小念念

2012-02-19 09:27:10

我想说的是~~ 双鱼 不能回去陪你过生日了

来自 新浪微博

回复



吴婷婷长春

2012-02-17 09:17:12

看了 感觉不错

来自 新浪微博

回复

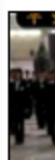


八运大胜

2012-02-16 09:43:11



相关



上相

强档



AKB48 超萌

寒纯 Tiff

热词

运动 冲锋 登山

最终:



搜索视频名称关键字，
得到全网传播视频数量
统计显示

彰显口碑效应

效果：通过多次网友对
视频网站、论坛帖等的
转载，达到相关视频全
网高覆盖率与传播度。

百度一下，找到相关视频32463个，用时0.007秒

取势：新媒体营销大趋势

明道：新媒体营销大战略

优术：新媒体营销大实战

持戒：新媒体危机公关

危机公关之拆弹专家

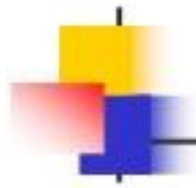
财经剧

拆弹专家之重重杀机



长盛工作室 SOHO中国 高和资本 腾讯财经联合出品

危机公关牛三定律

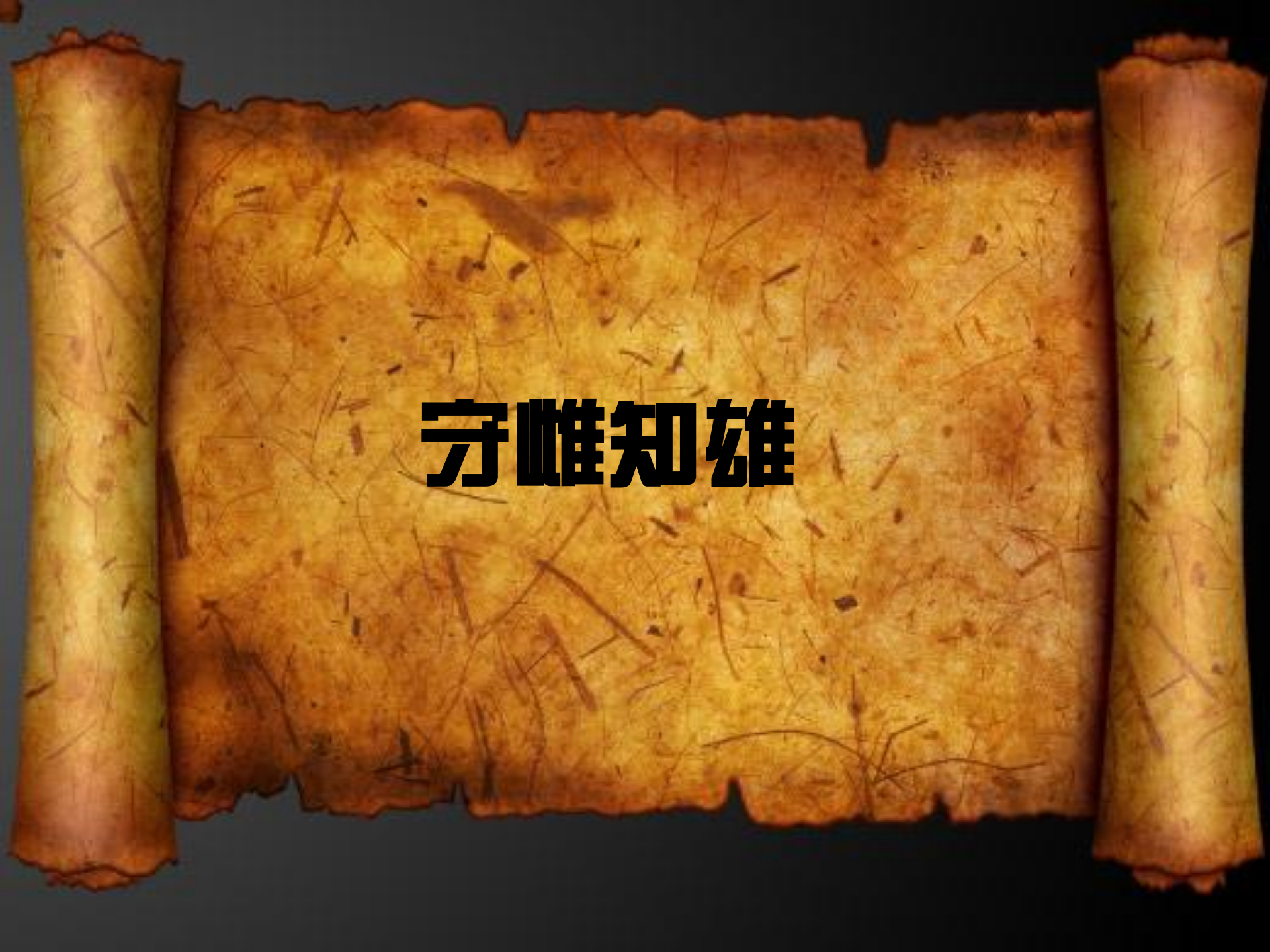


牛顿第三定律



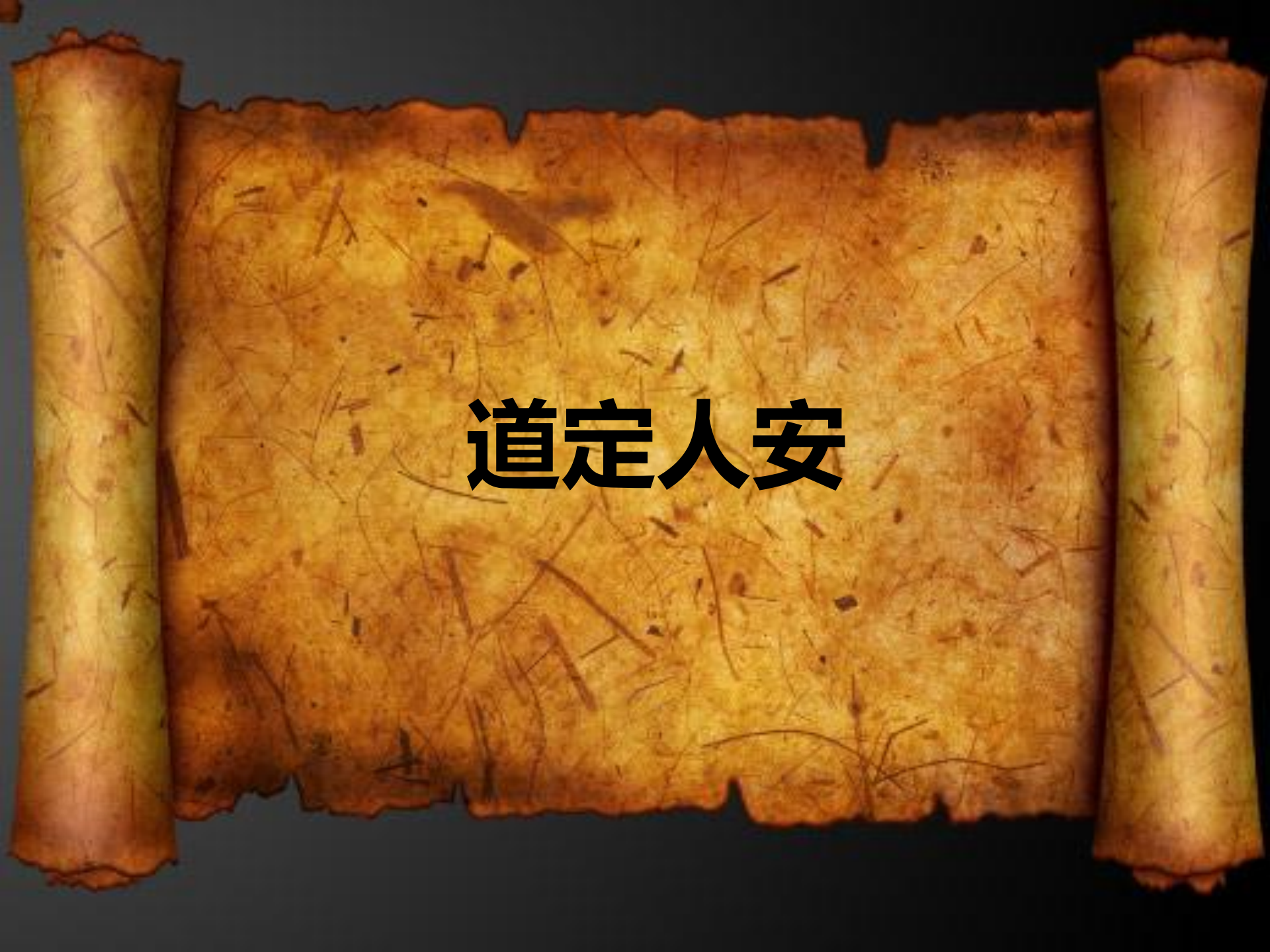
牛顿





守雌知雄





道定人安