

全球社会化媒体营销行业研究报告

(目录)

报告目录

一、报告介绍	7
1.1 报告背景.....	7
1.2 报告研究.....	7
1.3 研究方法.....	8
1.4 报告使用.....	8
二、社会化媒体营销概述	8
2.1 社会化媒体营销定义.....	8
2.2 社会化媒体营销内容.....	8
2.3 社会化媒体营销与传统网络营销的区别.....	8
2.4 社会化媒体营销发展历史.....	10
三、我国社会化媒体营销发展现状	11
3.1 社会化媒体在国内发展状况.....	11
3.2 我国社会化媒体发展特征.....	13
3.2 社会化媒体用户规模.....	13
3.3 网民社交网站的应用.....	15
3.3.1 总体规模.....	15
3.3.2 活跃用户规模.....	16
四、社会化媒体营销的重大发现	17
五、探索相关社会化媒体营销问题	18
5.1 十个营销者想知道的有关社会媒体营销的问题.....	18
5.2 五个有关社会媒体的加值问题.....	21
六、社会化媒体营销的运用	21
6.1 社会化媒体营销的使用.....	21
6.2 社会化媒体营销的使用经验.....	22
6.3 社会媒体营销的时间投入.....	23
6.3.1 从经验因素看社会媒体营销的时间投入.....	24
6.3.2 从业务类型看社会媒体营销的时间投入.....	24
6.3.3 从年龄看社会媒体营销的时间投入.....	25
6.4 社会媒体营销的重要成效.....	25
七、普遍使用的社会化媒体营销工具	26
7.1 博客.....	26
7.2 Facebook.....	26
7.3 video/YouTube.....	27
7.4 Twitter.....	28
7.5 LinkedIn.....	29
7.6 Social Bookmarking.....	29
7.7 MySpace.....	30
7.8 微博.....	31
7.8.1 微博的媒体特征.....	31

7.8.4 自发传播.....	32
7.9 国内外社会化媒体工具的区别.....	32
7.10 人们想更过了解的社会化媒体工具.....	33
八、社会化媒体营销成功案例.....	33
8.1 可购可乐：天台私奔团.....	33
8.2 线上游戏或竞赛来提高品牌知名度.....	34
8.3 ScanDigital：用免费来给你的社会化网络带来“付费”的流量.....	35
8.4 Vitamin Water：通过用户参与产品设计来提高用户忠诚度.....	36
8.5 中粮“生产队”.....	36
8.6 Stormhoek 葡萄酒.....	37
8.7 佳洁士：拯救好友口腔危机.....	38
8.8 smart 全城炫动.....	39
8.9 优衣库：网络“in”事 在 SNS 社交网站中排队.....	40
8.10 苹果：用户创造内容，企业提供销售平台.....	41
九、社会化电子商务市场分析.....	41
9.1 社会化电子商务兴起背景.....	41
9.2 行业概述.....	42
9.3 盈利模式.....	42
9.4 市场规模.....	43
9.5 社会化电子商务的应用.....	44
9.5.1 典型企业.....	44
9.5.2 B2B 企业社会化媒体营销的运用.....	46
9.6 社会化电子商务海外案例.....	47
9.7 趋势特征.....	49
十、“SOLOMO”模式发展下的投资机会.....	50
10.1 “SoLoMo”模式的投资机会.....	50
10.2 “SoLoMo”模式在电子商务领域的应用.....	51
10.2.1 SNS 电子商务模式.....	51
10.2.1.1 中国 SNS 社区市场份额统计表.....	51
10.2.1.2 中国 SNS 电子商务模式的发展机遇.....	52
10.2.1.3 投资中国 SNS 电子商务的不确定性.....	52
10.2.1.4 亚洲主要 SNS 社区的融资情况.....	52
10.2.2 Facebook 上市所带来的行业投资机会.....	53
10.2.3 投资 Facebook 的成功案例.....	53
10.3 LBS 电子商务.....	54
10.3.1 LBS 电子商务的发展前景.....	54
10.3.2 手机智能化带来的市场投资机会.....	54
10.3.3 投资 LBS 电子商务的不确定性.....	54
10.4 O2O 电子商业模式.....	55
10.4.1 O2O 的经济价值.....	55
10.4.2 O2O 模式的团购模式带动资本热情.....	55
十一、社会化媒体营销的外包.....	55
十二、社会化媒体营销未来趋势.....	56
12.1 未来的潜力市场-智能手机市场.....	56

12.2 社会化媒体营销未来趋势.....	57
十三、总结.....	58
十四、报告附录.....	59
14.1 《2010 年社会化媒体营销行业研究报告》被调查者的统计数据.....	59
14.2 编制机构：中国电子商务研究中心.....	59