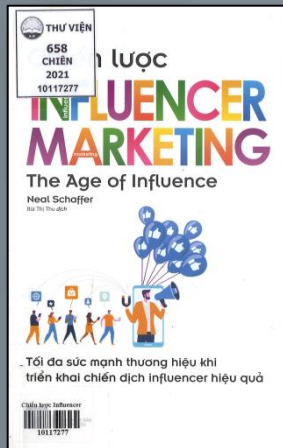


CHIẾN LƯỢC INFLUENCER MARKETING

TỐI ĐA SỨC MẠNH THƯƠNG HIỆU KHI TRIỂN KHAI CHIẾN DỊCH INFLUENCER HIỆU QUẢ



Tác giả: Neal Schaffer (dịch Bùi Thị Thu)

Nhà xuất bản: Thanh Niên

Nơi xuất bản: Hà Nội

Năm xuất bản: 2021

Môn loại: 658

Influencer marketing là một sự chuyển mình trong giao tiếp và tương tác với khách hàng và công chúng. Đó là những nội dung do người dùng tự sản xuất, hướng về cộng đồng, đề cao các mối quan hệ, hướng đến sự tương tác. Influencer không chỉ là “truyền tải thông điệp”, mà đã trở thành thể hệ tiếp theo của marketing

trên social media.

Được xem như là một xu hướng mới của ngành truyền thông, Influencer Marketing là hình thức sử dụng những người có tầm ảnh hưởng - các influencer - để truyền tải thông điệp của nhãn hàng đến thị trường. Cuốn sách “*Chiến lược influencer marketing*” của Neal Schaffer là hướng dẫn thiết yếu dành cho các chuyên gia tiếp thị và chủ doanh nghiệp để thiết lập và thực hiện một kế hoạch quảng bá dài hạn vừa hiệu quả vừa bền vững, với trọng tâm là tận dụng những người có tiếng nói trên các kênh truyền thông xã hội như Facebook, Instagram, Twitter...

Trong “***Chiến lược influencer marketing - Tối đa sức mạnh thương hiệu khi triển khai chiến dịch Influencer hiệu quả***”, Neal Schaffer đi sâu vào việc thiết lập mối quan hệ, biến những người hâm mộ thương hiệu thành những tiếng nói có tầm ảnh hưởng, rồi tận dụng sự ảnh hưởng đó để chia sẻ thông điệp của bạn theo một cách đáng tin cậy và chân thực, dễ chạm đến cảm xúc của công chúng hơn.

Nội dung cuốn sách gồm 4 phần:

- I: *Tại sao lại sử dụng Influencer marketing?*
- II: *Thấu hiểu Influencer và làm thế nào để hợp tác với họ?*
- III: *Cách hợp tác với Influencer để thành công rực rỡ*
- IV: *Tự trở thành một Influencer*

Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!