

# 《营销全凭一张嘴》

## 图书基本信息

书名：《营销全凭一张嘴》

13位ISBN编号：9787800735769

10位ISBN编号：7800735761

出版时间：2002-10

出版社：中信出版社

作者：伊曼纽尔·罗森

页数：272

译者：曹彦博等

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)

# 《营销全凭一张嘴》

## 内容概要

本书揭开了口碑的神秘面纱，揭示了各公司是如何让自己的客户传播消息的，充满了现实生活中的案例，是所有希望理解口碑现象的人的一本必读书。”

——帕特里夏·西博尔德集团创建人清晰明了，调研非常充分。本书最后一章就值整本书的价格。

——赛思·戈丁畅销书《允诺式营销》作者 产品口碑和“病毒性”营销术是最有力、成本效益最高的营销手段。本书揭示了如何获得这种口碑的技巧。

——史蒂夫·贾维逊 贾维逊风险投资公司董事总经理

# 《营销全凭一张嘴》

## 作者简介

## 书籍目录

前言

第一部分口碑的传播

1. 什么是口碑

2. 无形的网络

3. 我们为什么交流

4. 网络枢纽

5. “世界很小”的意义

6. 口碑是如何传播的

第二部分取胜于网络之中

7. “传染型”产品

8. 加速自然传播

第三部分刺激口碑

9. 与网络枢纽合作

10. 积极播种

11. 精彩故事的要素

12. “病毒性”营销

13. 麦迪逊大街还管用吗

14. 销售渠道里的口碑

15. 九九归一

16. 口碑学习班

# 《营销全凭一张嘴》

## 精彩短评

- 1、做营销的不读对不起自己
- 2、很好的书
- 3、在口碑如火如荼的今天回头看这本书，价值显得不大了，很多知识都已经普及。不过那么早就能有这样的洞察，定是高手了。
- 4、主要介绍口碑的问题
- 5、与干扰式广告营销相对应的口碑营销，它不是弹出、阻断或在边边角角，而是植于人们的谈论中，非传统意义上的广告。很赞的一点将人们的联系形象化为具有60亿节点的网络；传染性的产品+人为加速口碑传播；普通网络枢纽+超级网络枢纽；群体内传播+外跳跃+播种；里面提到的松散纽带的作用没有想到；信息发布的不平衡性+背后的故事[算是一种融入存在感]+放肆噱头刺激性+组织内英雄；原则是少承诺多兑现避免负面口碑；病毒性营销适用于互动性强的产品，产品自我嘲弄性广告+在广告中呈现现实真实；在线购买和社交性聊天？ps书名被改得惨不忍睹好嘛

# 《营销全凭一张嘴》

## 精彩书评

1、最喜欢“口碑营销”的章节，要使口碑起作用，取决于4个因素：产品的性质、试图接近的人群、顾客联系的紧密型及所在行业运用的战略措施。接着讲到口碑起到的两个作用：传播信息和分析信息。影响口碑的社会网络有10个运行规则：节点、枢纽、共同点传播、纽带等字眼的出现让我不禁怀疑这难道不是讲“互联网思维”吗？但这是10几年前的书，对今天的中国来说可能经历的正是书中的时代。至于如何创造口碑，作者也列举了必须能够会带的问题，同时指出怎样保持口碑的“长盛不衰”，其中权威性和及时性是开展能够创建口碑活动的关键，但“无论你的信誉度有多高，最佳口碑总是来自第三方，而不是来自制造商本人”，这些对于创业者来说都颇有教义！

# 《营销全凭一张嘴》

## 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)