

《浪潮式发售》

图书基本信息

书名：《浪潮式发售》

13位ISBN编号：9787218103979

出版时间：2016-3-1

作者：[美] 杰夫.沃克 (Jeff Walker)

页数：256

译者：李文远

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

《浪潮式发售》

内容概要

《浪潮式发售》

作者简介

杰夫·沃克 (Jeff Walker)

创意型电商营销大师

互联网上赚钱速度最快的人

亚马逊创始人贝佐斯的创业教练

作为世界顶级的创业与营销大师，沃克的起步并不顺利.....

当年沃克是一位没有工作、被迫在家照看两个孩子的“家庭煮夫”。创业基地位于吵闹的婴儿房，推出的产品是19封邮件。

令人惊叹的是，沃克成功了。通过在互联网上发售“产品发售方程式”，沃克不仅自己创造了“单日销量过百万”的佳绩，还辅导成千上万家微小型企业创造了畅销又长销的爆品。

书籍目录

前言 如果苹果公司为你开新品发布会

第1章 从家庭煮夫到互联网营销“教父”

“时薪”8000美元

互联网+传统企业=流奶与蜜之地

互联网创业的捷径：产品发售公式

我已经赚够了，你呢？

第2章 从吃救济粮到收入六位数

荒野求生：55倍增长比“希望”更能填饱肚子

“误入”商界乌托邦

为什么有些人努力1分，却可以有100分的收获？

像好莱坞大片一样卖东西

三个步骤，让你创业一次就成功

第3章 打造你的专属印钞机

核心策略：创建客户名单

还在地毯式轰炸？！

借力云存储，“吸粉”事半功倍

粮草先行：名单撷取页上线

“贿赂”潜在客户

这样做SEO，流量滚滚来

第4章 如何不露痕迹地推销：翻页式促销信

当对话取代独白

言辞咄咄不如含情脉脉

说一半，藏一半

图穷匕见，亮明销售重点

第5章 客户为什么购买：施加“咒语”

九种心理诱因“套牢”客户

分层与排序： $1 \times 9 > 9$

第6章 为什么iPhone一上市就遭哄抢：预售造势

好奇心就像一个钩子

“你可以帮我这个忙吗？”

信不信由你，我穿着浴袍挣了11万美元

第7章 客户需要什么，我们就卖什么：预售的魔力

从“快来买我的产品”到“我要买你的产品”

山雨欲来风满楼：预售造势

优秀预售序列的关键：创造价值

第8章 三，二，一，发售！

宇宙飞船发射前的十秒

善用稀缺心理学，掀起抢购狂潮

利益“恐吓”

当突发事件降临

第9章 如何白手起家：种子式发售

连点子都没有还敢谈创业？

产品未问世，销售已达成

锁定客户中的积极分子

步步为“赢”，但保持矜持与优雅

从一颗种子到一座森林

第10章 如何在一小时内赚到百万美元：联营式发售

首先找到联营伙伴

打开保险：内部试水降低风险

99/1法则

1秒进账12 000美元

第11章 产品发售公式2.0版：企业创建公式

如何快、好、省地成立一家企业

企业创建公式的六个关键点

第12章 互联网创业逻辑：只赚“喜欢”赚的钱

你为什么创业？

你最想为谁服务？

你的后背可以交给谁？

选择即失去，留心你的机会成本

试试与竞争对手合作

第13章 除了事业，人生也需要经营

拒绝朝九晚五，我要睡到自然醒

在过上理想生活之前，你要敢“想”

创业者的安全感

摆正心态：有波折，才会有浪花

做你最擅长的事

赠人玫瑰：互联网时代离不开共享

第14章 出发，什么时候都不晚

谣言粉碎机：产品发售公式之死

少有人走的路

致谢

《浪潮式发售》

精彩短评

- 1、可能是今年看完的最后一本书，因为樊登读书会极力推荐才看了书。其实书的精华基本就在几页之间，剩下多半是在showoff，如果再看估计只是看遍公式。
- 2、老板嫌弃我没文化要我多看书系列
- 3、这本书的写作方式本身就是一种营销手段。
- 4、一本偏向实用的营销指南
- 5、不知道方法在国内适不适用。关键的一点事自己没有产品没有创意这些方法也就只是理论而已。感觉樊登的解读倒是比较吸引人，易于理解
- 6、如果不看这本《浪潮式发售》，那你绝对会损失惨重！
- 7、中国品牌第一人李光斗、科学营销之父浦江、央视财经评论员单仁 联袂推荐
- 8、就跟你在封面上看到的，我感觉就是骗子
- 9、终于花了四天时间把沃克这本书看完了！思考很多，我今年8月份发售的产品模式很多都和他讲的很像！只不过他讲的是邮件，我用的是微信。一个小的利基市场就有可能让你赚取亿万财富！更重要的是你不需要天天去公司上班。网络营销圈内人强烈推荐！这书如果你没读三遍以上，不要说不好！
- 10、期望心理 权威 亲和力 群体意识 归属感 稀缺性 社会认同 心理诱因。造势，需求，激发好奇心，发挥客户作用，潜在客户，刺激，创意。与对方有直接关系的标题话题，培养对象
- 11、作者还停留在EDM时代

《浪潮式发售》

精彩书评

《浪潮式发售》

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