

《Apple、Google、Amazo》

图书基本信息

书名：《Apple、Google、Amazon熱銷的祕密》

13位ISBN编号：978986248280X

出版时间：2012-9-5

作者：高德範

页数：256

译者：陳玫姁

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

內容概要

Amazon評價 顆星

就連蘋果前任執行長約翰·史庫力（John Sculley）、維京手機行銷企劃總裁兼行銷部副總裁鮑勃·史托喜爾（Bob Stohrer）以及思科產品營銷總監克里斯·杜博客（Chris Dobrec），都連署推薦本書！

誰說品牌行銷一定要打廣告？

本書作者Alex L. Goldfayn是前《芝加哥論壇報》（Chicago Tribune）專欄作家，也是在消費電子產業備受信任的行銷公關專家，曾輔導Sony、Nokia、Blackberry、Amazon、等企業，並有帶狀廣播節目、部落格，發表過400多篇有關消費電子和產業行銷的專文。

作者認為，目前科技業的成功跟行銷無關，就算消費電子製造商停止了所有的行銷活動，在銷售上也不會有重大衰退。因為，它們有著一群忠實消費者在後面支撐！

他們就是品牌傳道者。如果你從事行銷工作，你可以採取「唯一最重要」，同時也是最有效的行動，就是與你的消費者對話，創造你的品牌傳道者。這一群消費者比你所創造的產品還重要，因為他們對於自己喜歡的品牌有無與倫比的熱情、信賴、高忠誠度，就像追星族追求明星一樣的瘋狂，並且會免費又源源不絕地幫你開發新的顧客！

大多數科技業公司都不懂，如何將顧客轉變成品牌的傳道者。作者解析了大多數消費電子公司在行銷上犯的錯誤——廣告用語不當、新聞稿寫得很差，再到用錯人等等，而根本原因就在於，目前的行銷、品牌經營、宣傳和公關，完全偏重於技術、功能導向。

作者書中提出步驟性的作法，根據消費者洞察（consumer insights）、打動人心的語言等，營造出高忠誠度的「品牌傳道者」。

@什麼是「品牌傳道者」？

簡單來說，是一群花錢購買產品的人的消費者。他們使用產品，喜歡產品，把產品當一回事，樂於繼續嘗試新產品。但現在不是你廣告做得好，商品就可以賣得好，而是你需要擁有一群對你商品死心蹋地的消費者！因為他們會幫你的商品宣傳出去，就像團購一樣，你的東西好吃很多人訂購，並不是因為你廣告做很大，而是曾經訂購過你商品的顧客，認同你的商品不錯很好吃，所以他們會自然而然的幫你推銷，口耳相傳的讓你的商品讓更多人知道！所以不管是哪一個行業，都需要有一群永遠支持與喜愛商品的顧客，因為顧客就是商品賺進大把鈔票的主要來源！

@本書告訴你如何培養死忠的品牌傳道者

要擁有一群品牌傳道者，是十分艱難的任務，而這也是本書要告訴讀者的訊息：

首先，必須要把產品做好：從功能卓越到使用便利；從訂價適當到有利的產品名稱。

其次，必須洞悉你的消費者：了解他們希望從你的產品獲得什麼、想要如何使用，以及對你產品的看法。

接下來，加強你的溝通用語：用他們懂的語言，進行強而有力的宣傳、公關、媒體互動，以及有效率的平台。

最後，在你贏得了主流消費者之後，就必須採取步驟去促使他們形成話題，然後讓他們創造出口碑推薦，再來如果一切都順利發展，就能夠做到消費傳道者的境界。

本書特色

1. 作者Alex L. Goldfayn背景強大，他曾在《芝加哥論壇報》（Chicago Tribune）擔任聯合報業高科技專欄作家長達五年的時間，是消費電子產業備受信任的行銷公關專家，曾輔導Sony、Nokia、Blackberry、Amazon等企業，並有帶狀廣播節目、部落格，發表過400多篇有關消費電子和產業行銷的專文。

2. 作者認為，就算是知名的電子大廠也是會有成功或是失敗的行銷案例，書中列舉10個實際案例：選用Sony、Samsung、Tom-Tom、Microsoft世界大廠牌，用同樣的產品來比較「產業行銷與傳道者行銷」，兩者的行銷手法差異在哪裡？利用相同的行銷內容，但行銷的手法及消費者的迴響卻大不相同。

3. 作者提倡一套「品牌傳道者」養成系統，如果你是Marketing Sales，一定要學會。學會了這套系統，就可以讓顧客「自動揪團」。

《Apple、Google、Amazo》

作者簡介

高德範 Alex L. Goldfayn

作者為全球頂尖的消費性電子製造公司與客戶，擔任行銷顧問與發言人。他的專長領域包括，品牌策略、行銷手法、信息傳播與產品定位。

高德範為許多全球最大的品牌公司提供專業，幫助TiVo、T-Mobile、羅技（LogiTech）開發熱情與忠誠的消費者。惠普、思科、Netflix與好市多的總裁、營運長與副總裁，都加入本書智庫行列，發展具開創性的市場行銷與品牌塑造技巧。

高德範之前曾在芝加哥論壇報（Chicago Tribune）擔任聯合報業高科技專欄作家，現在則專門提供有效行銷的諮詢。他的作品同時刊登在哈佛商業評論（Harvard Business Review）與HBR.org等網站上。

書籍目錄

祕密1把行銷部砍掉重練

第1章你的行銷其實還很弱

第2章行銷要「三轉」才能升級

第3章置入「品牌傳道者」養成系統

祕密2推出「三殺級」逸品

第4章產品功能要夠殺

第5章名稱、價格也要殺

祕密3知道顧客哪裡癢、哪裡痛

第6章認識你顧客的樣子

第7章製造機會跟顧客說話

祕密4用地球話跟顧客溝通

第8章講話要讓人想聽、聽得懂

第9章把公關從外星拉回地球

第10章調到正確的溝通頻道

祕密5開啟顧客自動揪團模式

第11章創造話題好揪團

第12章有品牌傳道者，真好

第13章經營品牌傳道者的成績單

結語大聲說，你哪裡好

《Apple、Google、Amazo》

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