

《口碑行銷》

图书基本信息

书名：《口碑行銷》

13位ISBN编号：9789573243366

10位ISBN编号：9573243369

出版时间：2001-4

出版社：遠流出版事業股份有限公司

作者：Emanuel Rosen

页数：336

译者：林德國

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

《口碑行銷》

內容概要

一本前所未見的指導手冊，告訴你如何創造口碑的神奇力量，破解今日顧客普遍的懷疑主義及資訊超載困境，將銷售量 以及利潤 帶入另一個新的高峰。

是什麼力量使得小成本的電影成為票房冠軍，讓剛上市的新書隨即登上暢銷排行榜？又是什麼因素讓人們決定該買哪一款汽車，選擇哪一種符合自己希望形象的流行，甚至於想看哪一部電影？除了每日接受到的廣告轟炸，或是其他傳統的行銷策略外，統計數字顯示顧客極容易受到口碑的影響 包括來自朋友的建議，或是市場上正在流傳的「耳語」。正如《新聞周刊》最近所宣示的，「口碑潤滑了文化與商業的輸送帶，讓所有的東西從電影中轉化為外形或思想流行的速度越來越快。」

在《口碑行銷》一書中，曾經位居行銷副總經理的艾曼紐·羅森指出因為口碑而得利的產品和服務 包括從高科技設備到書籍、各類顧客，以及從娛樂產品到法律或其他援助服務的一切事物 並且提供能夠有效創造、維持口碑的策略。根據面談超過150位曾經成功打造重大品牌口碑的專家、行銷主管和研究人員的結果，羅森描述能夠吸引具有影響力的初次購買者和「大嘴巴」的消息傳播者的迂迴戰術。他同時討論能夠刺激顧客對顧客推銷的有效技術，包括廠商如何利用顧客群聚中心，以及網路或任何人際網絡密集的地方，散播口碑。

最近的調查顯示58%的年輕人在選擇汽車時會求助外在的意見，53%的電影觀眾會接受朋友的建議選擇影片，而65%的人會因為旁人的鼓動購買個人數位助理器。讀完《口碑行銷》，商場領導者將會獲得如何建立口碑，讓僵化的商品和服務變得引人注目，以及推出轟動市場的新產品，所有必須知道的事。

《口碑行銷》

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