

# 《口碑的力量》

## 图书基本信息

书名：《口碑的力量》

13位ISBN编号：9787516803944

出版时间：2014-9-1

作者：[美] 安迪·赛诺维兹

页数：256

译者：陆小斌

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)

# 《口碑的力量》

## 内容概要

在网络快速普及的今天，口碑越来越显示出其强大的力量。如何运用日益发达的网络工具，成功驾驭口碑，让口碑在营销中发挥其应有的作用？如何整合口碑工具，梳理口碑运作流程，将口碑活动变成投入少、见效大的营销活动？

本书中，作者剖析了一系列口碑营销的成功事例，详细说明了口碑营销这一简单易行、投入低廉的营销活动的操作步骤，列举了种种可行之举，纲举目张，将口碑的种种操作要领逐一做出了点评。读完本书，你会发现，你对客户的影响力将会得到提升，你对企业的影响也会大幅提升。

# 《口碑的力量》

## 作者简介

[美] 安迪·塞诺维兹，美国口碑营销协会（WOMMA）总裁。18年营销经验，其间担任企业营销顾问。在美国沃顿商学院和西北大学教授营销课程。

# 《口碑的力量》

## 书籍目录

译者序/001
序/004
前言/005
导言/007
致读者/013
第一篇 基本概念/001
第一章 什么是口碑营销？/003
引人谈论/003
口碑营销四法则/009
人们谈论你的三大原因/013
口碑的杀手/019
口碑营销的五个“T”/022
口碑营销不容欺骗/030
口碑一直都是最好的营销手段（只是你不知道而已）/037
第二章 深度出品的六大理念/043
理念一：客户主宰一切——对此只能认同/043
理念二：营销是看做了什么，是不是说了什么/050
理念三：永久性记录/053
理念四：诚实是口碑的本质/055
理念五：用户满意度的数学计量/057
理念六：口碑营销更能赚钱/062
第三章 口碑营销的宣言书/065
第二篇 如何做口碑营销/067
第四章 五个“T”行动方针/069
制订可行的口碑营销计划/069
第五章 谈论者（Talkers）：谁会向朋友议论你/077
你的任务是：找出那些喜欢谈论你的人/077
谁是谈论者？/079
找出口碑谈论者/083
如何识别优秀的口碑谈论者/088
口碑谈论者档案/091
向口碑谈论者提供谈资/095
说一声“谢谢你”/098
制订口碑谈论者活动计划/102
传递忠诚/105
第六章 话题（Topic）：他们会谈论些什么？/111
你的任务：提供谈论的素材/111
找出绝妙的话题/114
小心维护你的话题/119
步骤一：找出马上就能运用的口碑话题/122
步骤二：组织实施能够引发口碑谈论的活动/127
步骤三：成为值得议论的公司/132
第七章 工具（Tools）：如何助推信息传播？/141
你的任务：使信息传播更为便利/141
倍增分享人数/149
口碑谈论者需要有东西可以分享/155
博客/163

# 《口碑的力量》

网上社区和社交媒体/165  
专属、私密和惊喜/168  
客户的评语/172  
“企业对企业”的口碑营销/176  
第八章 参与 (Taking part) : 如何加入交谈/181  
任务: 参与交谈/181  
如何加入口碑交谈/183  
参与交谈的合适人选/187  
行为端正/191  
令人感到满意, 效果最好/195  
处理好负面口碑/199  
回应负面口碑的具体做法/203  
第九章 跟踪了解 (Tracking) : 人们正在谈论你什么? /207  
你的任务: 倾听口碑, 掌握情况/207  
跟踪了解大家正在说什么的简单方法/210  
评价口碑的价值/215  
结束篇/219  
十六项管用、必行和举手之劳的口碑营销技术/221  
制订行动方案/222  
尽善尽美/224  
跋/225  
致谢/227

# 《口碑的力量》

## 精彩短评

- 1、B2B真不好用这些。。。如果做的是面向单个消费者的无差异的大众产品。倒是很有用处。
- 2、适合口碑传销的产品要大众化。要有客观的全面的评论，适当的负面评论也是必要的。1.有趣且令人兴奋。没有讨论价值的商品也没有人会关心了。2.快乐的感觉。要使消费者有特别的经验，使消费者觉得传递关于此产品的想法是件快乐、激动或有成就感的事情。3.使顾客信任和尊敬。服务要体贴和人性化。4.简单。设定简单的讯息让人们易于分享。
- 3、简单说就是，得让别人有讨论的东西（习惯你或你的作品），别人想讨论（感觉良好，显得聪明，被重视），别人有情感归属感（帽子，车贴，临时纹身等激发群体成员自我意识）。在口碑方面，消费品企业的粉丝俱乐部是最为典型的代表。不太适合B2B企业，加深我对博客作为一个沟通工具的理解。
- 4、王尔德说，这世上只有一件事情比受人非议更糟糕，就是不被人谈论。Talker/Topic/Tools/Taking part/Tracking.
- 5、虽然是国外的书籍，但是语言和内容很接地气，也不乏幽默感，但是翻译成中文还是有些怪怪的。没有长篇的案例，大多穿插在内容中，理解起来也很容易。值得推荐！
- 6、写的不好 没有实际的东西 大道理

# 《口碑的力量》

## 精彩书评

1、口碑营销很简单，就是引人讨论。所以口碑营销只关注两件事：1、埋能引发讨论的话头2、让人们更容易谈论你而作为一名营销者，在进行任何营销行为和广告前一定要先问一个问题，这会引发讨论吗？人们会将此事转告朋友吗？如果会，就做，如果不会，就不要做。口碑营销必须源于真实，真实的关系，真实的观点，真实的身份。金钱和报酬、过分曝光是口碑的杀手最简单的口碑营销，就是给每一个客户最好的服务。

# 《口碑的力量》

## 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)