第一图书网, tushu007.com

# <<渠道变革>>

## 图书基本信息

书名：<<渠道变革>>

13位ISBN编号：9787115212443

10位ISBN编号：7115212449

出版时间：2009-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：(美) 马斯特森 (美) 特里比 著

页数：199

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：http://www.tushu007.com

## 前言

在过去，被人津津乐道的是精通“多渠道”的商人可以赚到更多钱，所谓“多渠道”是指你通过多种分销或营销渠道销售你的产品，而不是只使用一种渠道。

理论上听起来很不错，但在那时，由于渠道寥寥无几，多渠道的营销者们在实践和选择上都受到了很大限制。

多渠道的营销者通常做的事情就是目录营销，他们在公司总部附近开一家小小的零售店，或者开家饭馆或面包店，通过邮寄信件的方式做点小生意。

但是互联网改变了所有的一切，它为分销、促销、商业往来创造了大量的新渠道。

今天的挑战不在于你是不是一个多渠道的营销者，而在于你要知道你应该选择哪种渠道，并如何运用这些渠道来增加你的销售和利润。

在这方面，Michael Masterson和MaryEllen Tribby绝对是你最好的老师，他们将教会你如何使用多种渠道进行营销，以将利润最大化。

无论是作为个人还是一个团队，他们都利用多渠道营销，使很多企业实现了高达千万甚至过亿美元的年收入。

他们的电子杂志、文章、报告、著作和会议教会了数千名富有抱负和经验的企业家走向成功之路。

在《渠道变革》一书中，作者为我们带来了真实的经历、经过验证的业绩和其他任何关于多渠道营销的书籍都无法复制的教学能力。

在传统的直接回复营销行业，Michael和MaryEllen就颇具知名度，特别是在直接邮寄领域更是如此.他们都是推销的大师，建立的邮报光是直接订单就有数百万美元的收入，这在营销领域可并非易事（如果你凭借销售信函，就能赚很多钱，那么其他渠道相比较就是小意思了）。

网络时代的到来，使Michael和MaryEllen立即看到了市场的巨大潜力，特别是网络可以快速反复地与千百万的人进行沟通，并且成本能够做到最低。

在离线营销到在线营销的转变上，他们是最早的开拓者。

他们极具创新的在线营销方式（将在本书第三章具体讲述），使得他们的收入提升了2-3倍，同时大幅降低了营销成本。

与其他传统企业家不同，Michael和MaryEllen对近几年出现的新的营销形式非常关注。

而且，不像许多新媒体鼓噪者那样只是因为技术新就大肆吹嘘，Michael和MaryEllen将所有新媒体用到了直接回复的测试中，例如在新的营销渠道花费1美元，是否可以在销售中赚到两美元或更多钱，诸如此类的问题。

第一图书网, tushu007.com



## 内容概要

《渠道变革：12种捷径使你收入千万》作者将经典营销理论及互联网营销理论和与其多年的经验相结合，开创了一种实用的、易于使用的营销方式。
除了深入剖析十几种营销渠道外，《渠道变革：12种捷径使你收入千万》还教给读者更多营销的思维模式，并附有大量真实案例，被誉为是“将在线与离线渠道结合得最全面、最好的图书”。
在当今竞争日益激烈的形势下，如何把产品卖出去，如何在激烈竞争的市场中占得先机，已经成为关系企业生死存亡的大事。
《渠道变革：12种捷径使你收入千万》对营销人员及企业经营管理人员必将大有裨益。

## 作者简介

Michael Masterson，在涉及多个行业的十几个企业中扮演着不可或缺的角色。
1999年，Michael帮助推出了EarLYtoRize.com，后来这个公司快速成长为年收入2800万美元的企业。
他还是Agora公司的顾问。
该公司是一家年收入达3亿美元的信息产品出版商。
另外，他还撰写诗歌、科幻小说以及商业方面的书籍，其中的很多都成为《华尔街日报》
、Amazon.com或《纽约时报X的畅销书。

MaryEllen Tribby，从2006年5月起一直担任Early to Rise公司的出版人和CEO，在出版和企业经营领域拥有超过20年以上的经验。
在使用直邮、广播，电视和印刷品等渠道进行营销活动方面，她具有数百次的成功经验。

# <<渠道变革>>

## 书籍目录

引言　购房经历——更轻松、更快捷与更便宜　1新一代的购房经历　2多渠道方式　3第1章　21世纪的市场营销　5营销现状　621世纪：多渠道市场营销时代　7了解网络客户的不同之处　8从一种营销渠道扩展至几十种　10没有回头路　11第2章　DRM与MCM　13何为正确的直销（DRM）？
16什么是渠道？
18什么是多渠道营销（MCM）？
21什么是生命周期价值（LTV）？
22第3章　在线直接回复营销　25神秘的互联网　26直接电子邮件和直接邮购广告的相似之处　29直接电子邮件广告的原则　29大不相同的名单　31公司自己的名单　31外部的名单　31剖析代言广告
33第4章　社会性媒体　39低成本高效率的完美营销渠道　40社会性媒体及其形式　41至少应该有个论坛　43社会性媒体的优缺点　43一个博客的成功营销案例　46社交网络、社交书签和社交新闻网站
47社会性媒体中的综合广告和直接营销　48第5章　搜索引擎营销　51最适合你的网站　53获利从搜索引擎开始　54使你的网站可见　69第6章　远程电话会议　71将电话会议用作营销工具　72从电话会议中盈利　74收益就像滚雪球一样　75第7章　直接邮寄　79直接邮寄适用于大部分产品　81直接邮寄的七步流程　82直接邮寄的成功秘诀　83直接邮寄营销的原则　84选择适合你的产品的名单　85做出总结　86Offer：好在哪儿？
88Offer必须足够吸引人　89使文案无懈可击　90文案的工作流程　91第8章　直接平面广告　93你还在等什么？
95直接平面广告的成功要诀　96开始购买平面广告　98最棒的是剩余版面！
99报纸：日报和周报　99从ABC开始　100不要忘了广告报价　101物以类聚　101直接！
直接！
直接！
102什么时候开始直接平面广告　102第9章　直接回复电视广告　105打破超级碗商业广告的神话
106如何解决？
107广告要针对目标市场　108熟悉电视广告　108有效的电视广告原则　1101、2、3法则　110如何才能更有效果？
111如何制作成功的广告？
112电视广告潜力无限　113第10章　直接回复广播　115广播广告的爆发　116广播直销案例研究
118仔细研究才能制胜　119广播改变世界　120第11章　电话营销　121如何使用电话营销　122电话营销用于后端销售　123最简单的营销方式之一　123主动出击、被动接受或者以赚钱为导向　126与电话营销服务公司初次接触　126深入分析他们的工作能力和报价　127安排一个现场会议　127与电话营销公司打交道的首要原则　128电话营销适合你吗？
128第12章　联合营销　129非常适合新创公司和小企业　131如何与专家和名人合作　132联合营销的背后　133成功的联合营销策略　134实践是成功的关键　136加盟营销使你获益匪浅　137联合和加盟相似多于差异　139第13章　活动营销　141使活动有趣，非常有趣……　144细致规划以避免意外问题　145受益于活动营销行为　147信息讲解VS销售展示　148会议费：免费？
收费？
收多少钱？
148其他类型的活动营销　1491还是100万，采取什么步骤？
150我们的活动遵守承诺　158第14章　公共关系　159公关在行动　161了解媒体的需求　161你希望受到哪些媒体的关注　162使公司或产品满足媒体需求　163充分利用互联网　164第15章　多渠道营销的魔力　167从10倒计时，出发！
168赚的钱在哪里　174现在就行动　176总`结　在Joe的雪茄店内喷云吐雾　177规划未来　180Joe目前使用的渠道　180Joe可以尝试的新渠道　181Joe长期的多渠道营销计划　183结论　184附录　广告实例　185代言广告　186夹页广告　186分类电子邮件广告　188

## 章节摘录

对于一个从来没有写过书的Tim Ferriss来说，想让自己的第一本书《一周工作4小时》成为畅销书的确是个挑战，但是他想好了怎样去做。
网络能帮他实现梦想，这种营销的成本还非常低。
事实上，他的营销没有花一分钱。
Tim Ferriss采取了两个步骤就让自己的书在网络成为热点。
第一步：在发布新书之前，他用了数月的时间和一些具有影响力的博客们建立了联系。
等一切准备就绪后，他把自己的书寄给这些博主，从他们那里得到了一些热情积极的反馈。
博客很像在线日记（个人网站），为了吸引访问者的浏览，博客需要定期更新和保持时效性。
有的博客大受欢迎，吸引了成千上万的读者；有些博客专注于一些特定领域，例如园艺、体育、篮球等。
Tim Ferriss的书成为商业和主流博客们关注的焦点。
一个博客、一个博客地去沟通，Tim Ferriss通过网络社区促销自己的书。
通过到其他网站的链接，他和其他人关于该书的评论很快传播开来，成百上千的博客、在线社区和网站都加入其中，热烈讨论。
在线关注的提高通常也会增加线下的知名度。
后来，Tim Ferriss被邀请到电视早间新闻节目和其他知名场所进行演讲。
Tim Ferriss认为，他成功的关键在于他从来不向博客直接推销他的书。
相反，他首先做的是熟悉这些博客以及博主对商业和生活的观点，就喜欢的或有不同意见的博文发送信息，并且在博客大会上同这些博主会面。
他指出：“成功的诀窍在于真诚的交流，要真正了解他们，过分向他们推销会适得其反，因为他们早就把你看透了。
”　Tim Ferriss承认，对于销售一本书来说，这是个费时的方法。
但是，在互联网时代，它是提升你个人品牌和提高产品销售的一种零成本方式。
网络明星很快会成为全国的明星，从这点来说，公众注意力几乎可以永葆常青，这种现象称之为“病毒式营销”（尽管TimFerriss的书已经出版一年多，但是仍然位居畅销书排行榜之列）。
低成本高效率的完美营销渠道　Kimbo Slice大概是当今世界最有名的全能武术选手。
作为一个迈阿密的街头拳手，当他的经纪人把他在Dade County后院拍摄的拳击视频在网上播放后，他一夜成为了网络明星。
Slice在武术爱好者中成为传奇人物。
在社会性媒体营销一年内，他的经纪人就让他上了有线电视。

## 媒体关注与评论

“《渠道变革》对任何希望超越传统营销的企业都非常有帮助。
Tribby和Masterson利用他们在Agora公司这个知名直销企业积累的丰富经验，为我们不仅展示了做什么，而且告诉我们如何做。
”　　——Howie Jacobson博士，《Adwords傻瓜书》作者　　“我刚读完《渠道变革》，唯一的感觉就是太棒了！
……这是我读过的最容易理解，同时也是将在线与离线渠道结合得最综合、最好的书。
这本书对于任何和营销相关的人都是必读书，一定能为他们实现真实的盈利。
”　　——Rich Schefren，Strategic Profits公司CEO　　“如果我几年前有机会阅读这本如此优秀著作的话，就可以帮我和我的客户少走很多弯路，在互联网和离线营销上获得更大的成功。
……单是将最后一章中的原则应用就足以使在线业务获得突飞猛进的增长。
”　　——David Cross，Agora Publishing公司高级互联网顾问　　“如果你想使你的公司驶入发展的快车道，《渠道变革》绝对值得一读。
”　　——Lou Bctancourt，StreetAuthority.com出版人

## 编辑推荐

《渠道变革：12种捷径使你收入千万》在线与离线渠道结合，使你的公司驶入发展的快车道。

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:http://www.tushu007.com