

<<喷嚏营销>>

图书基本信息

书名：<<喷嚏营销>>

13位ISBN编号：9787800738371

10位ISBN编号：780073837X

出版时间：2003-8

出版时间：中信出版社

作者：塞恩·戈丁

译者：赵恒

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>

<<喷嚏营销>>

内容概要

统营销概念可以简单称之为干扰式营销，比如电视广告、直投广告、商业邮件，但是这种方式在塞思·戈丁看来注定要失败。

因为首先每个掺和进来的营销者只有通过“添乱”才能有所收获，而这在信息极度膨胀的时代要吸引别人的眼球，同时让他相信你的真诚越来越艰难；其次，费用高涨，预期效果却很难实现。

塞思·戈丁出与此截然不同的理——喷嚏营销。

他把客户与客户之间具有感染力的对话称炎“概念病毒”，而营销的最高境界就像打喷嚏一样，让客户替你做营销。

因此，戈丁鼓励营销者创造一个有利环境，选择和培养自己的喷嚏能手，对他们进行有效地指导，让他们像传播病毒一样去宣传你的产品概念。

塞思·戈丁对不同产品的喷嚏营销案例进行了精彩的剖析。

这些案例包括影视、图书、汽车、香水、时装、掌上电脑……几乎无所不包。

这些有趣而有说服力的例子形象地描述了喷嚏营销的操作方式和思路。

正如美国广告联合会会长伯恩巴克所说：“你无法将东西推销给一个不愿听你说话的人。

”喷嚏营销的核心就是给人们乐意倾听的理由，然后创造一种进行概念病毒传播的机制。

未来属于这样的营销者：他们搭建平台、确定程序，让感兴趣的人们相互营销，他们激活客户网，然后退到一边，让客户对话。

《喷嚏营销》是最新，最畅快淋漓的作品，是来自21世纪营销前线的最强音。

<<喷嚏营销>>

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>