

<<口碑载道>>

图书基本信息

书名：<<口碑载道>>

13位ISBN编号：9787504739889

10位ISBN编号：750473988X

出版时间：2011-11

出版时间：中国物资出版社

作者：马斐

页数：225

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>

## <<口碑载道>>

### 内容概要

马斐编著的《口碑载道：无本万利的营销方式》就是要给你一个通俗易懂的答案：你知道淘宝三评背后有着怎样的玄机？

你知道海尔CEO砸冰箱事件的背后又有怎样的故事？  
被批成烂俗的“脑白金”广告又是如何成为广告时间的一道风景线？

一个只是盛装几百毫升酒的伏特加酒瓶为什么要出于艺术家之手？  
关于海底捞的传奇，你是真的学不会吗？

.....

《口碑载道：无本万利的营销方式》从各大品牌口碑营销的经典案例着手，透析各家口碑营销之道，从中总结经验和技巧，提示企业市场营销人员及管理者，口碑营销是一门科学。当你无法用资本和技术操作来打造你的产品和品牌时，就得考虑口碑营销的力量了。

<<口碑载道>>

作者简介

马斐注册高级策划师、咨询师；清华大学工商管理EMBA毕业；九度营销顾问(郑州、西安)机构董事长。

三年财经媒体工作经历，十三年食品、酒企营销管理策划经验。

现兼任5家大型酒企业总顾问。

即河南酒业协会、陕西酒业协会、山东酒类流通协会、安徽酒业协会和河北酒类流通协会，以及泸州酒管局营销顾问。

《销售与市场》《新食品》《糖烟酒周刊》管理专家团成员；国内多家报纸、杂志、网站特约撰稿人；先后发表文章17余万字，在行业内享有很高的知名度和美誉度。

立志专心、专注、专业服务食品、酒类企业，九度营销顾问机构已经成为中西部最专业的营销策划机构之一。

在他的领导下，机构现有专职人员28人，先后为泸州老窖、郎酒、西凤、杜康、思念等35家食品酒企业做长期全方位系统服务，有的客户合作达5年之久。

在行业内享有极高评价。

## <<口碑载道>>

### 书籍目录

#### 第一章 全民口碑时代到来

- 口碑造就谷歌传奇
- 口碑载道：3大利器开道
- 从亚马逊评论到淘宝三评
- 处处同类的病毒式营销效应
- 成也顾客、败也顾客
- 星巴克的客户感受
- 无本万利的口碑营销

#### 第二章 口碑营销意味着什么

- 酒香不怕巷子深
- 坏事传千里
- 是时候考虑客户会说什么了
- 不能永远伪造的口碑营销
- 不可拖延的内部怨言
- 诚信经验时代到来

#### 第三章 口碑是如何炼成的

- 从现在开始认识顾客的作用
- 新品发布？

#### 想好再行动

- 用户体验决定企业形象
- 购物体验带来1:8的回头客
- 如何处理公关危机

#### 第四章 制造引起关注的有趣话题

- 提供简洁明了的创意
- 持续更新你的话题
- 划算、优惠、特权
- 不要吝啬让自己变得可笑
- 从客户那里获得灵感

#### 第五章 零成本口碑传播大法

- 悄悄话和大喇叭的传播方式
- G-MAI半遮半掩式营销
- “二八法则”中的意见领袖
- 广告、会员、传媒和嘴
- 注重慈善正面形象的打造
- 让服务成为品牌的一部分
- 宜家公司的成功体验

#### 第六章 打造客户满意度&盈利曲线

- 提高感受值、降低期望值
- 双树旅馆的口碑噩梦
- 注重“首次抱怨解决率”
- 卓越产品是口碑法宝
- 服务就是为每一个房间里放上金鱼
- “额外”赢得更多口碑
- 保洁公司的灰姑娘之梦



## 章节摘录

2.大喇叭怎样进行宣传要到达大喇叭的效果，需要的不仅仅是个人的销售能力，还要更为表面的商品价格吸引程度和对商品性能的分化宣传，直接给所有购买者留下良好的印象。而这个整体印象的诞生不只局限于消费者本身，更在于旁观的人，旁观者看见的事实往往不是全部，只能通过表面迹象去判断商品是好是坏。

这样就需要抛弃个别的宣传优惠，转而更多地投入到全面让利，让所有消费人群得到满足。

这些购买者和旁观者会自觉地组成一个议论群体，这就是第一批口碑宣传中心，也是基本单位行程的第一步。

有了第一个基本单位，接下来要做到的就是展开更大规模的口碑建立工作，通过不同渠道把自己的商品展现在消费者的眼前，借着第一批口碑营造单位的宣传，开始组织第二批的扩展阶层。

可以让第二批团体和第一批团体进行组合，在保证口碑深化的同时也可以成为第一团体的二次宣传。

有了两批宣传单位，接下来就是加大市场舆论，不断地更新话题的方向，保证话题在消费团体中流传的广度和深度。

以数量为最优先追求对象，务求在短时间内建立两批以上的宣传单位，在完成初步目的后，商家退居二线，进行大面积的舆论操控工作。

完成所有步骤后，整个市场都会对该商家的产品有一个初步的认识，知名度的上升可以创造更大的销售空间和团体组成。

从零到有，再由有到数量惊人，在同类产品的销售过程中先声夺人，营造一种市场巨无霸的形象。

迅速地抢占市场份额后，商家将获得的巨大利润再转入第三次宣传，不断扩张宣传方向。

在强大的消费团体宣传之下，口碑的推广将有一个显著的提高，为打造更强的信誉奠定基础。

&hellip;&hellip;

#### 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>