

# 许可行销



[许可行销\\_下载链接1](#)

著者: (美) 塞思 · 戈丁

出版者:企业管理出版社

出版时间:2000-10

装帧:平装

isbn:9787801474032

在这本深具突破性的著作中，塞思 · 戈丁提供了检验你所做的是是否是许可行销的四个基本标准：1、你的每一项销售努力是否都在促进你和消费者之间的“学习关系”？它们有没有请消费者举手发言，开始与你沟通？

2、你是否拥有一个汇集所有允许你向他传播信息的消费者的数据库？你有没有追踪这些消费者？

3、如果消费者允许你向他们传播信息，你有没有可说的东西？你有没有发展出专门的“市场教程”向消费者解释你的产品？

4、人们成为你的消费者之后，你有没有再努力增加你获得的传播许可的深度？参照这些标准，作者讲述了许可行销的各细节和操作方法。

作者介绍:

塞思·戈丁：

雅虎直效行销副总裁。

他建立了全球第一个专门从事网上促销和网上直接邮寄广告的公司——Yoyodyne，并将它发展成网上许可行销的先驱。1998年，Yoyodyne被雅虎并购。

Yoyodyne的客户包括AT&T，Carter-Wallace，H&R Block，Spint，Columbia Record Club和其他数百家公司。

戈丁1982年毕业于托夫茨（Tufts）大学，获得计算机科学和哲学学位，后又在斯坦福商学院获得市场营销方向的MBA学位。1983—1986年他在Spinnaker软件公司担任品牌经理，领导他的小组开发出了全球第一代多媒体软件。1998年，他因在国际互联网行业取得的杰出成就，成为Momentum奖的获奖者。

塞思·戈丁的电子邮件地址是：Seth@permission.com

目录: 推荐序1 宋秩铭

推荐序2 毛希勉

序 裴波斯

前言

1 钞票解决不了的行销危机

广告已经饱和／干扰行销：传统吸引顾客注意的方式／消费者不会努力寻找替代品／大众媒体已死／大众行销的四种方法／直效行销暂时杀出重围／广告代理商也是受害者／干扰行销的难题

2 广告业起死回生之道

我们的时间都不够用／结婚二式／用心和顾客约会／许可是一项投资／许可行销是旧瓶新酒

3 大众广告的变革

广告愈多愈赚钱／产品导向的行销发展／干扰行销大行其道

4 锁定顾客占有率

一开始就寻求许可／许可行销结合一对一行销／减少70%的顾客可以提高业绩？／从获得青睐开始／许可行销是广

5 播放频率的两难

信任从何而来？／从察觉变为熟悉／播放频率胜于到达范围／顾客许可能强化播放频率

6 从静脉注射到猪肉罐头

静脉注射式的许可／许可下采购／集点式许可／避开机会追求者／集点式保证模式／集点式机会模式／个人关系的许可／品牌信任层次／状况许可／猪肉罐头

7 把许可当商品

许可是不能转让的／许可是自私的／许可是过程，不是瞬间／许可随时会被取消

8 网络行销的谬误

网络不是电视／网络行销最普遍的迷惘

9 网络上的许可行销

把许可的预算纳入网站／架设许可网站的步骤

## 10 个案研究

一家小犹太熟食外送店的昂贵赌博／共同基金行销手法不高明／汽车业爱死了电视广告／运用许可销售的技巧／我们做的不是航空业务，而是忠诚业务／强化公共事业的关系／善用个人电脑软件／上帝是许可的制造者／唱片俱乐部，许可的始祖／美国运通卡走上歧路／有些人每晚吃一品脱的冰淇淋／有些杂志不需要售货架／许可行销对油漆工也管用／卖婴儿床到医院／互联网个案研究

## 11 评估许可行销方案

诱饵是什么？／一个递增的许可，要花费多少成本？／顾客所给予的许可，程度有多深？／增加频率的成本是多少？／沟通的回覆率是多少？／成效缩减时，是否有适应对策？／企业是否把许可当作资产？／如何充分运用许可？／如何提升许可层次？／一个许可的使用期限，预计有多长？

## 12 许可行销问与答

需要一个网站去做许可行销吗？／许可行销只对消费者奏效吗？／我应该何时（及如何）使用网络？／许可行销可以帮助我们打品牌知名度吗？／许可行销和我们现在使用的方式，差异在哪里？／为何不能出售收集来的名字和资料？／当许可行销变得更普及时，力量将如何转变？／如果许可行销如此有效，为何干扰式电视广告依然主控行销市场？／测试有多重要？／我们应该怎样处置公司现有的网站？／公司所面临的最大的绊脚石是什么？

编后记

· · · · · (收起)

[许可行销\\_下载链接1](#)

## 标签

网络营销

营销

塞思戈丁

广告

传媒

市场营销

销售

## 评论

互联网营销如何把钱花在刀刃上的教程和宣言.

-----  
真是很一般，倒不是说想法不值钱，只是整本书含金量很低

-----  
对信任的论述让我印象深刻，值得一看

[许可行销 下载链接1](#)

## 书评

一本许可邮件营销启发性的书，作者认为广告就是干扰行销，不长久，只有通过许可行销才能与客户走得长久。一语中的。我们专注研究分享网络营销创业智慧，还是挺欣赏塞斯先见思想。

能实践的人必然是受到这本书的教导。所以西方网络营销比中国要现金。大多数网络创业者都在用...

-----  
[许可行销 下载链接1](#)