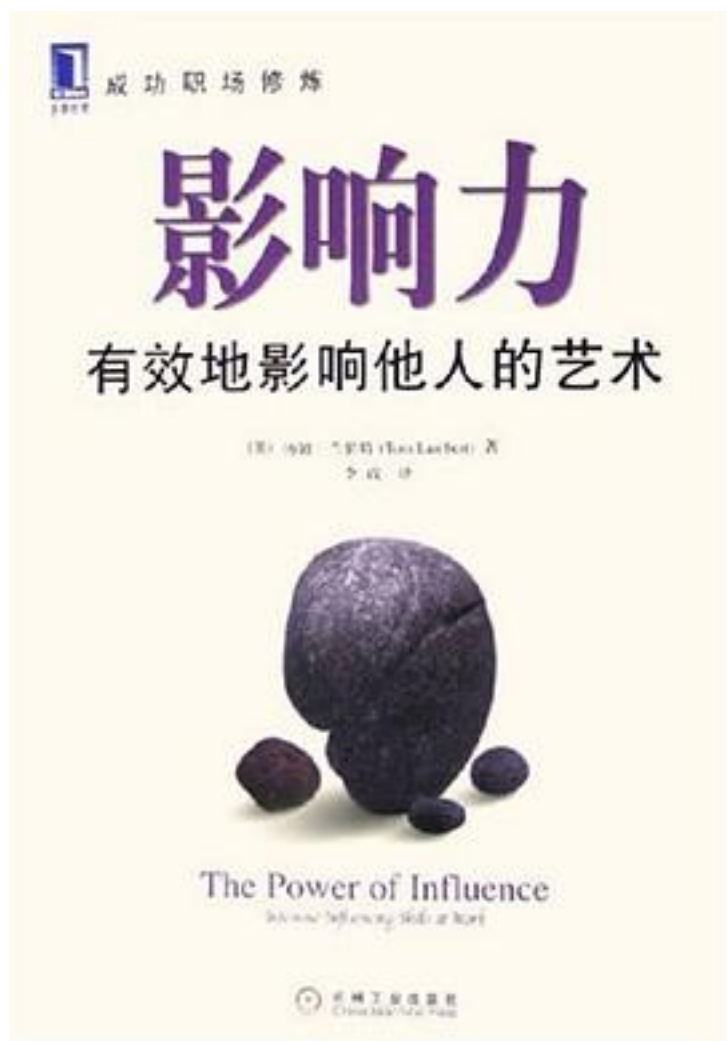


影响力



[影响力_下载链接1](#)

著者:[美]艾德·凯勒[Edward B. Keller]

出版者:海南出版社 三环出版社

出版时间:2004-4

装帧:

isbn:9787807000440

十分之一的美国人告诉人告诉其他怎样投选票，去哪儿吃饭以及购买什么。这十分之一美国人就是美国社会的影响力。

他们是谁？最有影响力的美国人——那些告诉他们的邻居买什么，支持哪个政要以及去哪儿度假的人并不一定就是你所想象的那种人。他们不是美国十里挑一最富有或是受教育程度最高的人。他们并不是“第一个吃螃蟹”尝试最新事物的人。然而他们却是十里挑一最热心社区事务的人，他们在社区中发挥着巨大的影响力——他们是影响力人物……

作者介绍:

艾德·凯勒，现任罗普公司CEO，罗普公司从事全球性市场研究与咨询，曾经为很多世界级大公司进行品牌策略、顾客忠诚度管理、企业信誉管理及企业公关管理效果研究。凯勒是美国公认的营销与消费者趋势专家，也是广告研究基金会董事，以及市场研究协会会员。

目录: 第一章 谁是影响力人物?

人口结构特征并非影响力分布图

共同特征与差异

积极分子

人物特写：米莲诺

人缘

有影响力的人

人物特写：李赖瑞

具有主动心态的人

一个成功的产品：移动电话

潮流引导者

一个值得期待的产品：电子书

案例研究：创业风潮

天生的还是后天培养的

第二章 影响力人物的性格

清楚什么最重要

抱负：美国梦，好日子，生活必需品

相信成长与改变

人物特写：雪莉·米勒

公私平衡

价值观：家庭事业并重

满意的地方和追求的目标

人物特写：里克·怀特

案例研究：绿色营销——有影响力的平衡因素

一个行之有效的想法：整合的家

特立独行

第三章 影响力螺旋：口碑的建立

第四章 影响力人物的信息：自主时代与自主的兴起

第五章 有影响的预见：未来的七个趋势

第六章 制订有影响力的战略：切进话题的六个原则

• • • • • [\(收起\)](#)

[影响力_下载链接1](#)

标签

影响力

心理

营销

心理学

influence

MBA-市场推广

资料

读书吧

评论

其实我想看的是同名的那本大著啊，就是怎么都找不着。囧……

學會說話

影响力人物的特征就是爱分享，说的就是我嘛~

借回来了 计划中 条理很清晰 很适合跳读 提炼重点的~

我看得那本封面不是这个

十多年前的书，所以其中的预测差不多都已被证实故不再具有很高的利用价值。另外分析的是美国的情况，所以和中国的国情有些不符，我国的情况可能更复杂一些。不过本质上影响力人物的特质应该没有改变，这一点应该是世界共通的。

看过2遍还想看第3遍的书。

观点很有创见

许多的案例级人物分析，观点阐述很全面，不错的一本书

这是一本以营销为出发点的书，因为口碑对消费选择的重要影响，本书建议营销人员关注口碑的重要传播途径：影响力人物。如果你想了解一下影响力人物的特点或有志成为影响力人物，也可以参考一下本书。

书本通俗易懂，主要介绍影响力人物极其性格。积极性，人缘，有影响力的人，这三个要素是影响力人物的三个基本特点。就是说影响力的人物她的性格，是知道什么最重要，相信成长与改变，公私平衡还有，就是价值观：哦家庭与事业并重，特立独行。

看错书了，不过靠影响力选举，营销，决策，口碑就是最主要决策来源，点评网，如何有影响力，影响力如何发挥作用，有点意思。

其中要讲解书中的一个观点，往往引用了很多数据，另外还有对人物的详细描述，但个人认为，这不算一本好书

想读的是罗的…上豆瓣才发现--

[影响力_下载链接1](#)

书评

同为《影响力》，本书名气更小，年代也更久远，翻开读书笔记却发现自己摘录还不少，现在读来有些内容渐渐理解，可能是工作数年的缘故吧，比如“21世纪很可能会成为创业时代”，单从互联网就可以印证这一点；“善于听别人说话是当老板的基本条件之一”，耳边时常听到此话；“思...

[影响力_下载链接1](#)