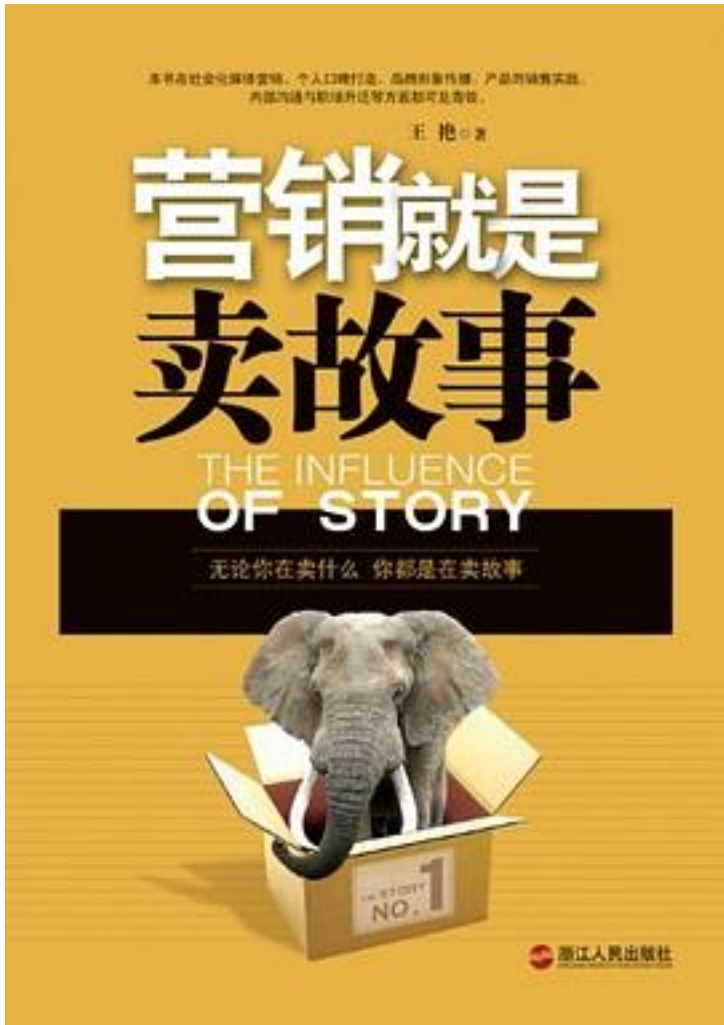


营销就是卖故事



[营销就是卖故事_下载链接1](#)

著者:王艳

出版者:浙江人民出版社

出版时间:2012-9

装帧:平装

isbn:9787213050091

《营销就是卖故事》内容简介：在这样一个信息量丰富的现代社会，如何营销产品、建

立品牌，如何营销自己？《营销就是卖故事》提倡的方法是，故事营销法。关于如何构建营销行为与产品本身的紧密联系，《营销就是卖故事》着重探讨故事如何去讲，即营销策划中具体的实践方法。《营销就是卖故事》通过营销案例的成功与失败，分析如何将产品与故事紧密地联系起来，达到激发顾客的购买的目的，而不仅仅做到吸引顾客的注意力。从产品定位、目标群体购买心理、故事讲述方法等方面直接解决问题。

作者介绍:

目录:

[营销就是卖故事_下载链接1](#)

标签

营销

商业

销售

经管励志

做销售的可以看看

财商理念

财商

创业

评论

恒阅#
营销世界没有真相，只有认知，没有理性，只有感性。故事是最好的吸引、打动、留下

记忆、传递情感的方式。

典型中国学者的作品，没有严谨学术支撑的理论体系，也缺乏自身实践得出的感悟心得。总体来说比较空洞，但相比而言，行文还算舒服。

想要无可取代，就要时刻与众不同

就当时故事书读读吧

这次读的几本大多都是比较普通的书籍

忘了之前买的什么书附送的这本了，因为标题决定拿起来翻翻，感觉都是一些案例，没有太多实际内容，或者方法。不推荐阅读。

书店里看到的，原谅我就是想亚马逊上买来看完然后退掉的，，，因为实在是前面写得可以，后面越来越乱好不好，，，我还记录下来一些故事是我认为讲的比较好的。比方说一个遭遇挫折了，讲道理没意思，如果给他讲个大树为了喜鹊的鸟巢坚持自己，或者患病儿童热爱生命的故事比较好；比方说楚王不愿意处政，某人就给他讲了一只不飞翔，不鸣叫的鸟的故事；康熙得了怪病，御医治不好却在小药铺得到了方子，最后小药铺成为同仁堂；比方说，一对夫妻相约去机场接机，结果因为同时看了一本“减肥指南”而不认得彼此了；比方说依云水其实是身患重病的法国贵族饮用之后痊愈的神水，如此这些，故事还不错，但是写到后面就变成了一些大公司广告是怎么做的啦，宣传用的什么方式，不接地气，没法用。

觉得这本书很好，除了企业产品需要文化推广，人与人之间也需要充满情感的故事来维系，启发很大。

书中逻辑性的东西很少，缺少结构的支撑，导致本书松散，通篇来看，第一章是最值得一读的，作者用大量案例只为证明一件事，想要做好营销，必须要学会讲故事，但大量讲为什么，不如解释一下怎么做

这是一本举例多于实际操作理论的书，可以作为一门比较型的论点书，不太具有关键营销的手段，路上翻翻，可以当故事看

营销，应用，简单

厚厚的一本鸡汤 本想好好读读
看完第一章后发现读读每章的简介和结束语两段黑体字就已经了解书的八九成了。
其他都是空洞的鸡汤。花了一个小时读完 然后送给咖啡厅老板了。不建议购买
浪费钱。如果要看我建议高中生或者大学生买来当鸡汤读读还可以

[营销就是卖故事 下载链接1](#)

书评

有一些内容，但缺乏系统性的理论总结和思考深度。更像是一些案例分享，逻辑性尚有待完善，缺乏说服力。
有一些内容，但缺乏系统性的理论总结和思考深度。更像是一些案例分享，逻辑性尚有待完善，缺乏说服力。
有一些内容，但缺乏系统性的理论总结和思考深度。更像是一些案例...

大数据时代：骨与血的发展与承继 ——《故事营销有多重要》 ...

在这样一个信息量丰富的现代社会，如何营销产品、建立品牌，如何营销自己？《营销就是卖故事》提倡的方法是，故事营销法。关于如何构建营销行为与产品本身的紧密联系，《营销就是卖故事》着重探讨故事如何去讲，即营销策划中具体的实践方法。《营销就是卖故事》通过营销案例的...

[营销就是卖故事 下载链接1](#)