

Crossing the Chasm

“Must reading for anybody in high tech.”

—WILLIAM V. CAMPBELL, President and CEO,
GO Corporation

Marketing and Selling
Technology Products to
Mainstream Customers

CROSSING THE CHASM

GEOFFREY A. MOORE

Foreword by Regis McKenna,
author of the bestselling
The Regis Touch

[Crossing the Chasm_下载链接1](#)

著者:Geoffrey A. Moore

出版者:Harpercollins

出版时间:1991-11

装帧:Hardcover

isbn:9780887305191

作者介绍:

杰弗里·摩尔，高科技营销魔法之父。他创立的关于技术产品生命周期的定律，被称为“新摩尔定律”。摩尔是鸿沟咨询公司创始人，同时担任一些声名显赫的商业领袖的私人顾问，帮助高科技公司化解企业战略和经营方针上的危机，惠普、微软、甲骨文等公司都是摩尔的客户。摩尔的研究以公司盈利的关键“销售”为切入点，把精力都集中于公司的生存和发展上。他的著作是哈佛、斯坦福等许多著名商学院的必读书。

目录:

[Crossing the Chasm_ 下载链接1](#)

标签

Marketing

管理

营销

the

chasm

bussiness

Geoffrey.Moore

Crossing

评论

排版是坑爹的

[Crossing the Chasm_ 下载链接1](#)

书评

我原来知道，这本书是《福布斯》杂志评出的20世纪最有影响力的20本商业书籍之一，书里的钟型图显示了“技术采用生命周期”的鸿沟。不过原来没想到，读这本书的过程，竟然有一种看战争片《寻找大兵瑞恩》开头一样的感受。作者也的确是用诺曼底登陆来比喻本书要讨论的主题。一...

好久没有认真写过书评了，一来上课期间时间有限，另外则没有碰到很适合点评的书。这本《crossing the chasm》，是一些高科技市场的方法论。对于市场方面，我一直没有什么研究，最近一直持有这样一种想法，那就是一个企业，或者一个business，他是有这样一个引擎来发动的，即...

the author is trying to identify the different marketing strategy for high-tech companies and ordinary companies. he points out the unique phenomenon of high tech products marketing, which requires crossing the chasm between earlier cooler adapter with bigg...

对于时间碎片化，追求阅读产出比的职场人来说，什么才是好书呢？

以下两类书最合适职场人阅读：

- 1、揭示事物的底层规律的。世界是变化的，但人性是相对稳定的，了解世界运行的规律，你才不会被困住，才能灵活运用，甚至利用它。
- 2、实用技能型的。职场需要用成绩说话，实用类书...

这本书主要讲革新产品服务(新产品进入新市场)，如何跨越鸿沟，进入主流大众用户群的marketing策略，相当于四步创业法(The Four Steps to the Epiphany)描述的第四阶段 company building。强调了几个观点 市场有3个要素 1、真实或潜在的用户群 2、解决问题，创造价值的产品或...

读这本书纯粹是出于装B/偶然，买到手以后放了几天，实在不想读。后来没办法，没别的书读了就拿起来读，没想到读得听有意思……印象最深的几点：全书用诺曼底D-Day来作例子，非常形象，很容易理解 1. 集中力量于细分市场 (niche market)，做好产品的定位，而非四处撒网。然后...

这本书的结构非常的西方，从某个角度看，就像一篇科技论文：阐述一种传统模型无法解释的现象，然后提出一种的新的模型（鸿沟模型），用大量的事例来分析解释（早期大众-实用主义者的^{行为分析}），然后推演（诺曼底方式和整体产品），非常严谨。本书的关键在于理解早期大众-实用...

大部分人活着为了什么？获得刺激、丰富的人生体验？变成高富帅，走向人生巅峰？NO，大部分人活着就是为了安稳和安全，然后在此基础上有稳步的进步（实际上还是安稳、可控）。所以，你能看到那些处于不安稳状态的人最有活力，比如生死未卜的创业公司、不甘命运的奋斗的人们。不...

这书的封面上印着“颠覆性产品营销圣经”，并不是夸大其辞，即使算不上圣经，这也可以说是一本颠覆性产品在茫茫未知世界中的生存手册。如同前面的评论，书的内容安排非常逻辑化，模型简单实用，惟其简单才让人印象深刻，技术采用生命周期的五个群体：创新者、早期采用者、早...

一、发现鸿沟 技术采用生命周期模型 二、跨越鸿沟
准备行动-瞄准目标-集中军力-制定战略-发起入侵
《营销想象力》、《高科技营销》：整体产品模型
将复杂的定位声明精简为两句简单的话的方法：销售渠道
对于试图跨越鸿沟的高科技企业来说，争取的销售渠道选择应当是： 1) 利用...

我是很仔细很仔细去读的这本书，发现很多人都读过这本书，自然是好评一大堆。但是大家好像仍旧还是在说这本里的内容，谁能告诉我你们所理解的鸿沟的本质到底是什么？在跨越鸿沟的过程中理论支撑是什么？具体应该怎么做？我觉得这块我总是不够清晰，
请高人指点！

说来惭愧，在marketing行业浸淫多年都没听过这本书。最近拿来读，才发现原来首版在1991年，最近一版是2014年。即便如此，现在读来却丝毫不过时，简直神奇。它一针见血地指出了在early market和mainstream market之间存在一条鸿沟(Chasm)。具体说来，把Tech adoption life cycle...

对我而言非常有帮助的一本书，如果想要成为一名优秀的产品经理，需要清楚的认识到企业的发展阶段，厘清产品和市场之间关系，这个过程除了需要懂得以产品为中心的设计思路，更要懂得以市场为中心的运营思路。毕竟一个产品最终都是要经由市场校验才能最终发展为完整、成熟的整体...

跨越鸿沟号称是硅谷高科技公司必读，读完总体感觉就是该书目标用户很明确，新兴高科技企业，希望能将技术转化为产品，一个卖得出去的产品，，然后成为市场中的主导产品。看得不太认真，核心应该是定位吧。

不过收益最深是书中指出了高科技公司中最常出现的几个问题：市场规划...

[Crossing the Chasm](#) [下载链接1](#)