

刚左营销



[刚左营销 下载链接1](#)

著者:克里斯托弗·洛克

出版者:上海人民出版社

出版时间:2005年6月

装帧:平装

isbn:9787208060678

洛克意识到在潮流涌动的互联网时代，传统的把顾客当作“活死人”的营销理念在今天肯定要四处碰壁，所以他提出要“刚左(gonzo)营销”。福特肯让员工在上班的时候做园艺，Google允许职员工作时依据兴趣突发其想，并帮助付诸实践，这些事件绝非传统。而作者竭尽全力要回答“刚左”正是这种理念——“个人结合自身的兴趣爱好来参与事件”，这些事情不仅仅是营销，也是工作和休闲娱乐。

新的刚左模式表明营销的关键是人与人的沟通，而这种沟通可能和要营销的产品没什么关系，人生不仅仅只为产品，而是兴趣和交流。阅读本书，你可能会感觉似曾相识，是

的，在互联网上只要想法有一丁点好处，就会马上扩散开来，而且会衍生出新的市场，这就是网络时代的刚左精神。

作者介绍:

克里斯托弗·洛克，2001年《金融时报》“50位顶尖商业思想者”之一，曾在富士通、理光、MCI和IBM等公司工作。他在《福布斯》、《哈佛商业评论》等杂志上发表过许多篇文章，著有《市场就是谈话》等书。

目录:

[刚左营销_下载链接1](#)

标签

营销

互联网

网络营销

刚左营销

策划

刚左

管理

梁捷

评论

实在是看不下去了,不知道讲什么,用对方没有感觉到广告的方式进行推广?

是翻译的问题吗，还是中西方语言上的障碍，反正没看太懂

刚左是一个很好的概念，其实很多淘宝店正是用了这样的一种理念创造个人品牌

快毕业了，今天专门用半天时间把自己以前读过的一些书整理一下，算是对自己大学的一个小小总结。大一读过的书早忘名字了，所以只能整理大二下半学期以来能记起的一些比较好的书名，这些书陪我走过了过去的一年半时间，也是它们让我一点点从几年前的失败阴影中走了出来。时光荏苒，如今，自己即将走出学校，不过这些书带给我的阳光和感动却是一生的，谢谢这些书的陪伴，以后的人生路，我将义无反顾，勇往直前。

真烂，我发誓不再看这种没有技术含量而且翻译翻的一塌糊涂的书了。

[刚左营销_下载链接1](#)

书评

是朋友买的书，好奇书的名字，就拿来看看了。没想到是一年前的书，想必自己是落伍了。

先谢谢辛苦翻译了这本书的两位作家，确实不太容易，洛克天马行空、自由奔放的语言和思路，恐怕就如书中所写，要“用好奇的眼光和开放的心灵”才可领略吧。洛克是相当智慧的，其实他的刚...

“刚左”的模式可以解释这几年非常成功的web2.0的例子，从亚马逊到Youtube再到myspace,最后到现在最热的facebook。这本书英文版出版时，还没有以上这些网站。

[刚左营销_下载链接1](#)