

社会化媒体时代的口碑营销



[社会化媒体时代的口碑营销_下载链接1](#)

著者:亚历克斯·戈德费恩

出版者:企业管理出版社

出版时间:2013-5

装帧:

isbn:9787516402719

《社会化媒体时代的口碑营销:苹果iphone、亚马逊Kindle在互联网时代风靡全球的营

销秘密》内容简介：自从博客、微博、QQ等全球流行以来，“口耳相传”一词更加广为人知。如今微博、Facebook、Twitter等社交媒体的兴盛更让“口碑营销”成为本世纪最流行的一门学科。

亚历克斯认为，目前电子消费品行业的成功跟传统营销无关，就算电子消费品制造商停止所有的传统营销活动，在销售业绩上也不会有重大的衰退。因为，它们背后有着一群忠实的消费者在支撑。他们对于自己喜爱的品牌有着无与伦比的热情、信任和高忠诚度，就像追星族一样疯狂，并且会免费源源不断的帮忙开发新客户。

全书分为三大部分、十三个章节，以iphone、ipad、Mac、Amazon Kindle、Netflix为例，讲述利用良好的消费者口碑进行传播给企业带来的好处，分析了现在大部分电子消费品企业的现状，提出了解决问题的方法。另外，讲述了产品功能、名称、定价的重要性，分析了如何洞察和引导消费者感知，以及企业公关对消费者的影响，鼓励企业采取更有效的方式与消费者沟通。最后，重点介绍了如何利用消费者的口碑传播为企业进行口碑营销。

本书除了电子消费品制造商、电子消费品网络服务供应商、为电子消费品企业提供专业营销、广告和公关服务的代理商之外，各行各业都能运用本书中介绍的新的营销概念和方法培养出口碑营销者。

作者介绍:

目录:

[社会化媒体时代的口碑营销_下载链接1_](#)

标签

口碑营销

营销

社会化营销

互联网

苹果

社会化网络及营销

网络口碑

商业

评论

老大在做口碑营销的项目我把书拿来看了 作者的观点比较清楚 啥是好的 就是苹果 kindle Netflix

让张江男们去做营销吧，他们应该会每天扭着屁股告诉你技术是如何牛逼如何改变世界，然后，完全不使用自己的产品。本书作者挺实诚，结尾了告诉你“社交媒体就是在扰乱正常营销艺术”，也亏得国内出版社脸皮厚打着“社会化媒体时代”做噱头。

要擅长抓住事物与事物之间的联系

这么好的书 竟然没几个人评价？这本书比社交红利实在得多了 标题是叫口碑营销 其实内容是教你如何打造一款好的产品 还有如何对其进行包装 不要用那些太生硬还有太技术型的描述 引起社会化传播 达到口碑营销的效果

这本书不错。从各个环节讲述了怎么更好的让消费者了解你的产品，让更懂得消费者的管理人员更早的介入到产品的研发，用消费者能懂能明白的文字来做营销，而不是罗列产品参数(有几人能懂)。比较有意思的是，本书中文标注的是《社会化媒体时代的口碑营销》，书中却对社会化媒体进行了批判。

这几天看完一本《社会化媒体时代的口碑营销》，跟自己在写毕业论文《豆瓣网运营模式研究及其对图书发行的借鉴意义》的感觉是一样的，其实都是观念的转变，关键就是了解消费者个性化需求以及改善消费者生活。

[社会化媒体时代的口碑营销_下载链接1](#)

书评

电子消费品的成功转瞬即逝，实际上如逆水行舟、不进则退。这点在当下今火热的电视领域得到了痛彻心扉的印证。传统厂商求变，如何变，本文从产品研发到市场营销不得不改变的九种思路做一一阐述。

用《社会化媒体时代的口碑营销》的作者Alex的表述来说：电子消费品的成功转瞬即...

首先就是书名和内容严重不符，看标题，读者以为作者是在讲述互联网新形势、各种社会媒体崛起的条件下，如何进行口碑营销呢，结果整书通篇绝大部分都是与标题无关的内容，真正讲到口碑营销的内容只有3章，17页，而且作者并不是看好社会化媒体，并不是要阐述如何运用当前社会...

[社会化媒体时代的口碑营销_下载链接1](#)