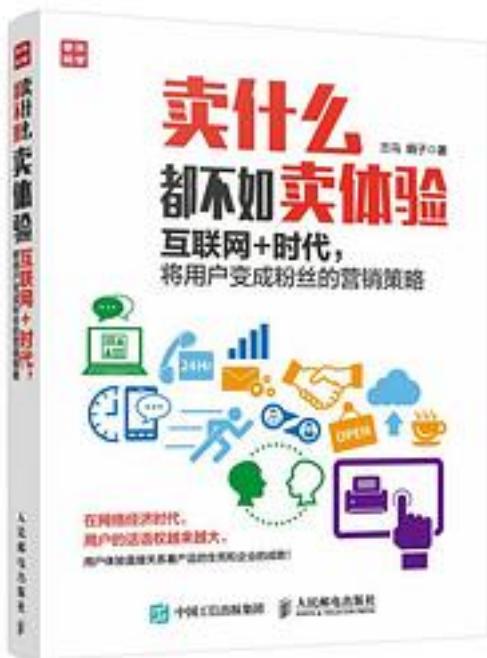


# 卖什么都不如卖体验



[卖什么都不如卖体验 下载链接1](#)

著者:兰马

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2016-3

装帧:平装

isbn:9787115418753

如今体验至上的时代已经悄然来临！在越来越激烈的竞争下，企业应如何吸引并留住用户？企业如何通过线上宣传获得新用户？如何让每一位用户都成为企业的“代言人”？本书以淘宝、京东、宜家、雕爷牛腩等各大企业的成功营销案例为基础，详细剖析了初体验、极致体验、信任体验、情感体验等多种体验模式，并总结了打造体验经济的具体方法，有助于各类企业利用体验营销将用户变为粉丝，进而促进产品销售。

作者介绍:

兰马，又名陈一鸣，中国十大商标策划师，“微商标”概念创始人、传播者与践行者，首次对“微商”进行准确定义，首次提出了“兰氏微商公式”，即微商=自媒体+商品展示+粉丝积累开拓+微社交+微体验+微传播+微服务+微公关+微支付+微物流+微商标，明确了“移动电商社群158明星粉丝定律”。

“朋友的朋友交互体验营销法则”“一微一带，分享体验经济共同体”等三大移动电商理论，奠定了微商理论基础与微营销方法。娟子，毕业于北京大学，80后情感专家、畅销书作家、幸福数字能量学创始人、社群营销导师，中国电子商务百强企业燕巢信息科技集团董事长、移动电商财富引领者。其领导的“燕巢世·品微”移动电商团队，践行

“互联网财富三部曲——小微商互动、大社群分享、大经济体验”的“创业、创富、创享”精神，快速赢取第七波移动电商财富，帮助数以千计的创业者、创新者实现“时间自由、财富自由、生活自由”的幸福人生，享有“女士精神”称誉。

## 目录: 目录

第一章 移动互联网时代，用户体验决定成败 1

▲ 从花钱买产品到花钱买感觉 2

▲ 摸准移动互联网的脉搏，把用户体验做到位 6

▲ 微信能胜出，只因用户体验做得好 9

▲ 做好体验，每个用户都能成为企业的代言人 16

▲ 王婆卖瓜已过时，让用户体验来取代广告 21

▲ 用户至上的时代，服务即营销 26

▲ “互联网+”时代，让用户真正爽起来 29

第二章 产品是良好体验的原动力 33

▲ 让你的产品成为最好的广告 34

▲ 让用户参与产品设计 38

▲ “减法”设计等于良好体验 42

▲ 突出产品感知化 46

▲ 产品存在的底线是“痛点” 50

▲ 个性化产品更受用户欢迎 54

▲ 留住用户，必须深挖产品附加价值 57

第三章 一见钟情总是源于初体验 63

▲ 做好初体验，引爆体验经济 64

▲ 免费试用，代入初体验 67

▲ 小礼品也能引来消费者的注意 71

▲ 积极的促销手段可吸引客户来消费 78

▲ 设计一个具有诱惑力的主题 80

▲ “夸张”运作才能吸睛 82

▲ 小游戏蕴藏大魅力 87

第四章 有了极致体验，才会有极致粉丝 91

▲ 用户体验的核心问题是为谁设计 92

▲ 好的用户体验从细节开始 95

▲ 将产品的核心功能做到极致 98

▲ O2O模式下，线上线下体验都要做好 103

▲ 制造惊喜，让用户告诉用户 108

▲ 充分利用用户的碎片化时间 112

第五章 信任是提升用户体验的关键 117

▲ 给用户足够的“安全感” 118

▲ 用你的忠诚赢得用户的信任 121

▲ 你足够真实，用户才会信任你 123

▲ 免费的也是值得信任的 126

▲ 让用户看到产品背后的精神 130

第六章 情感渗透能最有效地提升体验 135

▲ 感动是一种舍不得离开的体验 136

▲ 唤醒消费者的“情感缺失” 139

- ▲ 引起用户的情感共鸣 144
  - ▲ 激发消费者的潜在情感需求 151
  - ▲ 用讲故事的方式打动消费者 156
  - ▲ 不卖产品卖情怀 159
  - ▲ 将公益作为营销出口，最能激起用户同情心 166
- 第七章 满足用户不断变化的需求 169
- ▲ 小步快跑，快速迭代产品 170
  - ▲ 跨界合作，制造吸流效应 172
  - ▲ 微创新是产品创新的一堂必修课 178
  - ▲ 线上创意结合线下体验，增加时尚感 182
  - ▲ 巧用流行色，让产品极速蹿红 186
  - ▲ 跨界整合满足用户的多层面需求 190
- 第八章 体验成就口碑，用户是最好的传播者 195
- ▲ 比产品更能满足消费者欲望的是品牌 196
  - ▲ 让用户带着曾经接触过的产品信息去体验 198
  - ▲ 口碑就是做消费者的“百科全书” 203
  - ▲ 以用户的体验为准则打造口碑 206
  - ▲ 让帮忙宣传的用户得到实实在在的好处 210
  - ▲ 以点带面，让每个粉丝都成为你的“代理商” 213
- 第九章 别让之前的努力死在售后上 217
- ▲ 做好售后服务这最后一环 218
  - ▲ 用速度提升消费者售后服务体验 221
  - ▲ 让消费者随时都能找到你 223
  - ▲ 出现问题，让消费者能在第一时间联系上你 226
  - ▲ 把免费模式用到售后，将体验推向巅峰 228
  - ▲ 让用户为服务点赞，创新售后服务模式 233
- · · · · (收起)

[卖什么都不如卖体验 下载链接1](#)

## 标签

销售

营销

体验

青乐

2017

## 评论

拼凑的垃圾

花了1个小时翻完，毫无营养，一点点干货都没有。浪费时间

怎样把销售做好

[卖什么都不如卖体验](#) [下载链接1](#)

## 书评

[卖什么都不如卖体验](#) [下载链接1](#)