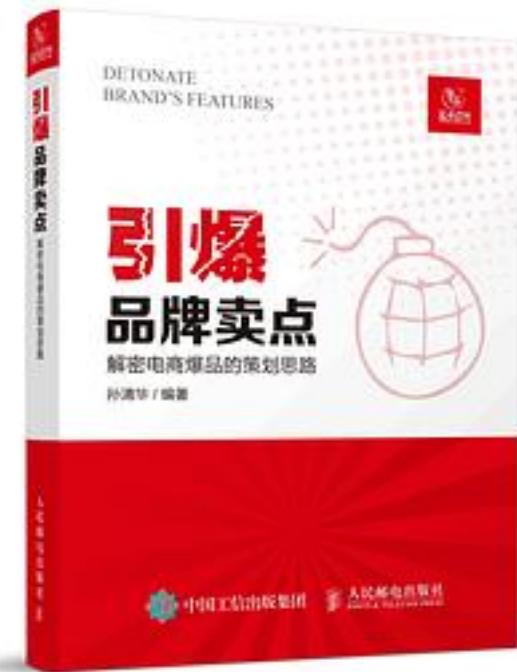


引爆品牌卖点



[引爆品牌卖点 下载链接1](#)

著者:孙清华 (大圣)

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2017-12-1

装帧:平装

isbn:9787115378125

新产品上市能否寻找到恰当的卖点，是能否使产品畅销，能否建立pinpai的重要因素。所谓卖点无非是指商品具备了与众不同的特点与特色。这些特点与特色一方面是产品与

生俱来的，另一方面是通过营销策划人的想象力与创造力赋予产品的。

《引爆pinpai卖点》主要是介绍如何提炼这些特点与特色的，也就是如何找到产品卖点的。《引爆pinpai卖点》内容包括三编，即卖点进化论、破解卖点密码和卖点设计风暴。《引爆pinpai卖点》通过分析大量的产品策划案例，梳理了当前很多pinpai策划人常用的思维路径，并提供了一些工具表格，以方便读者进行头脑风暴。

《引爆pinpai卖点》是写给产品策划人、产品经理的参考书，同时也适合所有电商从业人士阅读。

作者介绍：

孙清华（大圣）：玺承商学院金牌讲师，电商pinpai文案全案策划师，类目黑马突围理论第一人。

咨询师出身，擅长项目方案设计；主导项目组pinpai全案策划，尤其是pinpai内功和pinpai调性建设；曾辅导过20多个行业；成功策划过多个TOP级pinpai。

擅长：文案策划、卖点包装及pinpai定位

目录: 第一编 卖点进化论

01 超级卖点
02 新卖点
03 独家卖点
04 卖点进化
05 实卖点与虚卖点
06 卖点与痛点

第二编 破解卖点密码

07 卖点的密码
08 外观即卖点
09 材质即卖点
10 工艺即卖点
11 功能功效即卖点
12 时间即卖点
13 数字即卖点
14 地域即卖点
15 人群即卖点
16 专家即卖点
17 理念即卖点
18 概念即卖点
19 情怀即卖点

第三编 卖点设计风暴

20 客户需求画像
21 竞品分析
22 跨行业头脑风暴
23 产品升级头脑风暴
24 卖点设计头脑风暴
· · · · · (收起)

[引爆品牌卖点](#) [下载链接1](#)

标签

品牌

营销

文案

商业

品牌, 营销

管理

品牌管理

083-营销

评论

有点窄，随便看看练习一下还不错

很荣幸是第一个评论者，这显然是一本被忽略的小书。该书对理解品类特性、差异化很有帮助，可以作为产品策划头脑风暴的参考书。

结论：值得读给了不少灵感。

里面举例很服丰富

这本还行。

该书较为详细地介绍了卖点策划的方法，提供了很详细的思维框架，拓展了对卖点的认知。如果能配上基于产品卖点而写的广告文案就更好了。

特别有收获，让我理清了品牌和卖点关系，好的卖点和营销推广手段，才能成就爆品，爆品成就品牌。

比较适用于电商行业，基础产品较多，表现形式单一。但是值得借鉴的地方就是破解卖点密码的多重角度，比如说外观，材质，工艺等等。但是对于核心卖点，超级卖点以及独家卖点等的区分不够实在，还是要基于行业本身，因为产品的卖点也也不能打那么多。比较实用的卖点提炼的思路以及设计风暴，提炼卖点之前充分考虑客户需求画像，进行竞品分析，跨行业头脑风暴等，这应该是总结出卖点的合理流程，这也是目前公司市场推广需要完善的，而不是仅凭感觉或者所谓领导的指示。

看了这本书之后让我想到了其实个人也正是像品牌一样，打造自身标签(挖掘自身优势)也正如提炼卖点，然后将卖点不断强化以及推广。

卖点营造的最高境界就是影响终端消费观念。

创新型卖点需要建立在原有的观念基础上。最后几个表格值得收藏。

感觉偶尔看看还不错，但不适合细读

其实品牌往往以一种出乎意料的方式，一种不走寻常路的方式突然成为爆品了。不要固化思维模式，去学习了解新事物，谁也不知道，下一个拐点或卖点在哪里。

[引爆品牌卖点 下载链接1](#)

书评

[引爆品牌卖点 下载链接1](#)