

# 答案营销：给用户想要的一切



[答案营销：给用户想要的一切 下载链接1](#)

著者:陈为正

出版者:浙江工商大学出版社

出版时间:2019-3

装帧:平装

isbn:9787517830498

答案营销是一门将产品内容转变为人们工作与生活中喜闻乐见的基本常识，并将常识以“答案”的方式连接到目标用户群，从而达成营销的艺术。

本书主要面向网络营销人员、准备从事网络营销工作的人群，以及对网络营销有需求的企业人员，通过丰富详实、可复制操作的案例介绍，用答案营销思路，为企业开展并达成具有长尾效应的网络营销提供基本方法参考及帮助。本书内容运用系统答案、碎片答案与即时答案等多种答案形式结合，帮助目标用户群体快速认知新事物，从而帮助用户解决需求、创造价值，为企业创造销售业绩、贡献利润。

作者介绍：

陈为正

独立网络营销人，大学老师，网络营销践行者。先后为用友网络、深圳热线、管家帮、华艺百创等媒体与企业提供网络营销解决方案，曾服务于中国联通、中国移动、中国电信、品胜电子等企业，深度参与《企业微博管理手册》等营销类畅销书的宣发与推广。

目录: 第一部分 你为什么要做答案营销

从《十万个为什么》说起

答案营销究竟是什么

全世界答题

你会为点菜纠结吗

旁观者，清吗

人的最大需要是什么

寻找答案，还是成为答案

是什么为谣言插上了翅膀

你在假装知道用户的需求

产品附着物的杀伤力有多大

次生需求才是购买的诱因

求证才是购买行为的助推器

第二部分 答案营销的答案是什么

人性的哪些弱点常被利用

你必须抓住的营销新思维

答案营销与内容营销有何不同

答案是知识普及还是常识传递

为什么都在问“为什么”

用户需求背后的秘密

来一场愉快的消费升级

第三部分 答案营销要怎么做

先借“东风”

用户的信息沟通方式变了

揭开产品常识化的面纱

基于网络行为的答案分解

锱铢必较与需求穷尽

潜意识与记忆重构

答案的几种类型

基于用户认知路径的答案分解

建设答案与用户发生关系的渠道

常见问答与知识型网络平台

后记 如何用好答案的长尾效应

• • • • • (收起)

## 标签

营销

网络营销

互联网营销

## 评论

很有意思的书

---

第一次读作者的文章是七八年前在百度文库里的《企业微博管理手册》相关的企业微博运营PPT，好像有十来个文件，非常详细地解读了企业微博如何运营。

读这本《答案营销》还有点意外，还以为不会出来，最初提出答案营销概念的那个人没有写出来，他去写了别的情商方面的书。

这个观点挺好，我们所有网民的搜索行为都是在寻找答案，看上去是主动搜索答案，但是在被动接受答案。

《答案营销》能够从营销角度去思考如何为用户提供用户想要的答案，里面的一些观点非常有意思，尤其是常识与知识对用户的影响力，篇幅不长却有如醍醐灌顶，回到了营销的本质：让用户主动认知，让用户主动来找答案（解决方案）。

---

这算是营销方法的工具书吧，我个人的感觉是很适合有一定营销经历但没有找到方法论的人。例如我，做营销有三四年了，但很多基于营销底层的思考和一些方法受益匪浅。

---

这是我的第一本关于网络营销的工具书，也是我十多年营销生涯的一个阶段性汇报吧。2006年从深圳（深圳热线）开始，开启了我的网络营销生涯。于是，我决定将《答案营销》的新书发布会移师深圳，在那个曾经引领我入门的城市向众亲友们汇报一路以来的收获与成长。

从误打误撞没有营销理论指导到有了基础的营销方法，很多营销结果就变得理所应当了。未来的路还很长，我依然前行的网络营销策划的路上。现在的重心将更多地投入到企业品牌IP的综合营销策划，例如企业定制影视项目品牌营销。也希望《答案营销》里非常多的基础营销思路与方法能帮助更多的朋友开展自主营销，并通过低成本营销投入来获得长效的营销回报。

---

[答案营销：给用户想要的一切](#) [下载链接1](#)

## 书评

第一次听说答案营销应该是几年前了，当时以为所谓的答案营销就是去百度知道这样的地方做问答。如果只是做做这种问答，只需要遵守平台的规则即可。1  
看完陈为正的《答案营销》，必须承认，我以前对答案营销概念的认知有点误解了。虽然《答案营销》一书里也讲了很多网络营销的...

---

[答案营销：给用户想要的一切](#) [下载链接1](#)