

品牌与产品疯传的十条诫律



[品牌与产品疯传的十条诫律 下载链接1](#)

著者: (英) 保罗·坎普-罗伯逊

出版者:中国青年出版社

出版时间:

装帧:平装

isbn:9787515347332

营销的核心是创意。在当今时代，如果营销人员无法产生传播度高的创意，他们将很快发现自己会被淘汰。但是，是什么让一个创意如此有感染力，能让人忍不住要分享出去？怎样做，才能产生像野火一样扩散传播的创意呢？

Contagious，是一家为市场营销行业提供服务的全球知名机构，致力于发现全球zui杰出的营销与创意趋势。该机构的创始人基于无数客户案例的实战经验、对不断变化的市场营销行业的思考与洞察，以及极具价值的研究，提炼出本书这十条传播与营销的重要策略。

Contagious认为“Learn from the best, so you can make the best”。除了提供实战指南，本书还汇聚了广告和营销行业过去十余年zui引人注目、颠覆性的创意与营销案例，包括耐克、乐高、雀巢、奥迪、可口可乐、三星等105个全球一线品牌，探索了这些公司是如何如何融合创意、技术与行为心理学来产生真正原创的市场营销创意的，以及你如何也能做到。

我们的大脑会自动屏蔽平庸的创意，对老套的营销活动产生认知免疫。遵循书中这十条诫律，将帮助你跳出思维定式，打破常规，创造成功的、高传播度的市场营销创意，击穿人们的认知防线，让创意如自己长了脚一般在受众之间传播，使你的品牌、产品、信息成为人们谈论与对话的一部分，提升品牌知名度与销售额。

作者介绍：

保罗·坎普-罗伯逊（Paul Kemp-Robertson），全球知名广告人、营销与创意领域权威专家。于2004年与他人共同创立了如今享誉全球的创意和战略服务机构，即Contagious。在此之前，他曾担任李奥贝纳广告公司（全球zui大的广告公司之一）的全球创意总监。他还是营销创意杂志Shots创刊团队的成员，为《商业2.0》和《卫报》等出版物撰稿。曾发表TED演讲《比特币、汗水、汰渍，品牌货币的未来》。

克里斯·巴斯（Chris Barth）是Contagious的首席策略师，负责北美地区的项目与品牌，包括趋势发布、研究报告、创意能力培训、创意工作坊和协作战略计划。在2013年加入Contagious之前，克里斯在《福布斯》担任高级撰稿人。

Contagious，是一家全球知名的为市场营销行业提供创意和战略咨询的机构，营销趋势与创意领域的权威，为各种品牌、机构、政府和其他组织提供服务，在新加坡、伦敦、纽约以及圣保罗都有办事处。该机构的客户不仅包括如谷歌、奔驰、Spotify、麦当劳、红牛、阿迪达斯、BBC、宜家等全球知名品牌，也包括如奥美、麦肯、爱德曼、哈瓦斯集团等全球著名广告公关公司。

Contagious主张通过找到用户体验中的“痛点”，提出相应的解决方案来解决或者减轻痛感，从而帮助客户强化竞争优势，在充满挑战的市场环境中发展前进。

目录: 引言

- 第一部分 创造一种利于品牌与产品疯传的文化
 - 诫律一：拥有一个组织原则
 - 诫律二：要有实用性、相关性和趣味性
 - 诫律三：提出异端的问题
 - 诫律四：与受众行为保持一致
 - 诫律五：要有慷慨的思维与行动
- 第二部分 让创意如自己长脚一般在受众中传播
 - 诫律六：投入5%的时间与资源进行试验
 - 诫律七：客户体验要优先于创新
 - 诫律八：化受众为武器，为你传播
 - 诫律九：信任至上
 - 诫律十：打破常规，勇于创新

致谢
· · · · · (收起)

[品牌与产品疯传的十条诫律](#) [下载链接1](#)

标签

戒律、产品、营销、颠覆

好书，值得一读

让自己更完美

营销

永久技能

品牌

评论

《疯传》是解释why，这本书回答了How，即企业与个人层面具体怎么做，品牌与产品能疯传。丰富的洞察、研究、实践经验、案例融汇在本书中，非常有价值与启发。

很好的一本产品书

[品牌与产品疯传的十条诫律](#) [下载链接1](#)

书评

这本书是我今年读的第一本与市场营销有关的书。讲到了让品牌、产品（服务）疯传的十条行动原则，这十条诫律，非常实用，非常符合营销现实，尤其“5%俱乐部”的说法更让我眼前一亮。并且这本书涵盖了近十几年许多品牌、产品或有趣、或典型、或新奇的营销案例，这里有我听说过的...

企业要想发展有三种优势：成本优势，产品优势，品牌优势。生产同样多的产品你的成本更低，或生产同类的产品你的更有个性，或者你是品牌企业。但前两种优势皆可以复制，而唯独品牌优势不能复制模仿，品牌的塑造是最费劲的。
产品品质高低与其在市场上的成功率并不成正比。一项针...

[品牌与产品疯传的十条诫律](#) [下载链接1](#)