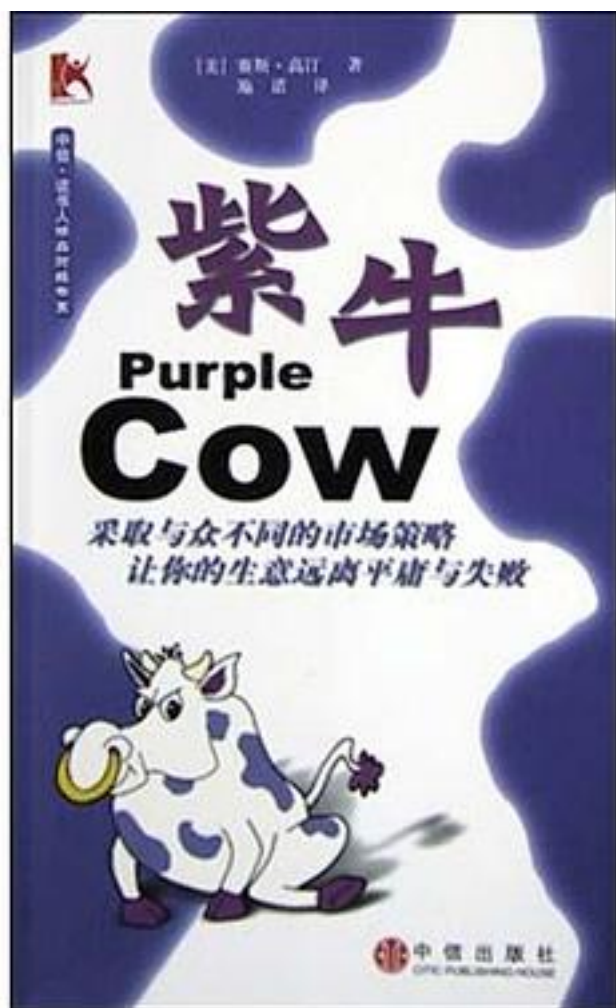


# 紫牛



[紫牛\\_下载链接1](#)

著者:Seth Godin

出版者:商智文化事业股份有限公司

出版时间:2003-10-28

装帧:平装

isbn:9789867969590

什麼是「紫牛」？

一種產品、一種概念、一種行為，內植「創意病毒」，足以引起「噴嚏者」傳播「熱迷疹」而自我行銷，不靠大眾媒體廣告一樣引起騷動、討論、口耳相傳與熱迷追隨。

當今觀察最敏銳、直觀最犀利的行銷人賽斯·高汀指出，「紫牛」不是一條便宜捷徑，停止廣告，開始創新，是企業生存的唯一途徑。高汀分析上百則「自己會說故事」的產品案例，透視紫牛戰術，以大膽的創意衝撞傳統行銷，挑戰行銷人的極限。

「行銷轉型」和「產品轉型」的革命已經悄悄來臨，你發現了嗎？你找到你的紫牛了嗎？

嶄新的P要登場了！標準的古典「行銷4P」：product、pricing、promotion、positioning不夠用了，之後又有6P、7P……positioning、publicity、packaging、pass-along、permission……，但現在全新的行銷組合還應該再加上一個P——purple cow。

行銷大師賽斯·高汀，最新力作《紫牛》，提出唯有讓產品成為產業中的紫牛，才有可能與眾不同，出類拔萃，在不消耗大成本的廣告運作下，讓企業達到市場規模。高汀認為，媒體所能夠爭取的消費者的注意力已經愈來愈少。未來要爭取消費者的注意與青睞，唯有靠產品成為「紫牛」，才能做到。

但是要如何創造「紫牛」？首先，必須改掉傳統依賴媒體行銷的作法，把以往用在製作、購買廣告的高額成本，盡量投資在設計製作「紫牛產品」。一旦產品成為「紫牛」，便能被消費者發現、推薦，進而展開一場高效率的病毒行銷。

在「紫牛」進入市場並獲市場接受後，一定會漸漸進入半衰期，企業為維持不墜，必須持續改良紫牛，提供充足的養分餵養紫牛。這，也就是未來行銷人員應該走的路：發明創新產品、設計製造、定價藝術及銷售技巧，都應該包含在行銷的工作當中；高汀更進一步大膽指出，紫牛企業應該由行銷人員經營才是。

作者在書中提出了大膽的創意與想法，是所有願意向行銷極限挑戰的人必讀。

藍道·羅騰堡 (Randall Rothenberg)：「賽斯·高汀可能是當今世界上觀察力最敏銳、直觀最強的行銷人。他總是能見微知著，從一小群人的行為中找到一絲獨特之處。」——廣告年代雜誌 (Advertising Adage) 媒體暨行銷專欄作家，也是《Where the Sucker's Moon: An Advertising Story》一書的作者。

李安達力 (Lee Ann Daly)：「《紫牛》以一種神奇、歡樂的角度，透視那些不凡的行銷人如何讓自己鶴立雞群，凌駕於凡夫俗子之上。」——ESPN資深行銷副總。

艾咪·寇蒂斯 (Amy Curtis)：「《紫牛》一書對於那些有膽量創造衝擊、扭轉乾坤的行銷人來說，的確是一個偉大的啟示。」——藍色噴射航空公司副總裁。

山姆·希爾 (Sam Hill)：「了不起！全書充滿了有趣的案例與真知灼見。」——《Radical Marketing》作者之一。

克里斯多福·梅爾 (Christopher Meyer)：「《紫牛》一書中榨出了許多足以在高汀描繪的「後電視工業情結」世界裡，足以喚醒真理的法則。上百則真實的案例中，每一個都烙印了紫牛印記，但回過頭來，你也看到高汀自己本身，正身體力行地實踐自己書中的建言：他本人就是一頭紫色乳牛！」——Gap Gemini 公司新事業中心總監，《The Blur》作者。

艾爾·萊斯 (Al Reis)

：「為什麼在美國企業的董事會裡看不到紫色乳牛？依照賽斯·高汀開玩笑地解釋：『小創業家怎麼可能不斷地花時間要求那些企業大老跳脫思考模式、跳出行銷框架，依照他們紫色乳牛的步伐而像他們一樣成功呢？』」——《廣告已死，公關既出》(The Fall of Advertising and the Rise of PR) 一書作者之一。

湯姆·凱立 (Tom

Kelley)：「我愛這本書！書中有一部份就如暮鼓晨鐘一樣，一部份是行動計劃書，賽斯·高汀的《紫牛印記》展現了一個組織如何在現今新經濟時代裡，加強自己的特點，掩飾自己的平凡。」——IDEO總經理，《創新的藝術》(The Art of Innovation) 一書作者。

作者介绍:

賽斯·高汀 (Seth Godin)

前Yahoo 直效行銷副總裁，是暢銷書《願者上勾，無往不利的許可行銷》(Permission Marketing)、《釋放點子病毒》(Unleashing the Ideavirus) 及《行銷不過是個噴嚏》(Unleash Ideavirus)的作者，他同時也是知名的演講者，及《快速企業》雜誌(Fast Company)的專欄作家。高汀被譽為當今觀察力最敏銳、直觀最強的行銷人。

目录:

[紫牛\\_下载链接1](#)

## 标签

营销

值得一看

科普

社科

成长

心理学

台灣

創新

## 评论

2003年底商周出版。

侯文詠在《請問侯文詠》(2014年底出版)裡提倡「要懂得用故事包裝」，  
本書副標為「讓產品自己說故事」。感覺這本書在當年根本先驅阿！

-----  
读后有新的灵感唷！

-----  
[紫牛 下载链接1](#)

## 书评

-----  
[紫牛 下载链接1](#)