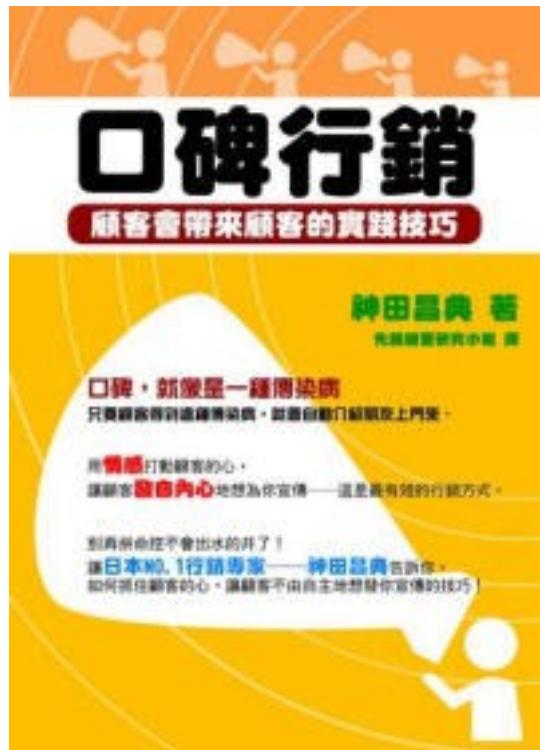


《口碑行銷》



[《口碑行銷》 下载链接1](#)

著者:[日] 神田昌典

出版者:和昌出版社

出版时间:2009-4

装帧:

isbn:9789867945907

用情感打動顧客的心，讓顧客發自內心地想為你宣傳——這是最有效的行銷方式。

口碑，就像是一種傳染病

只要顧客得到這種傳染病，就會自動介紹朋友上門來。

在這個銷售不振的時代，誰都會想到「非利用口碑不可」，但怎麼做呢？

本書絕妙的回答了這個問題～

本書簡單易懂的說明口碑的5個錯誤常識，讓顧客想要為您宣傳的7個誘因，口碑的傳染方法、關鍵的6個設定條件，散播口碑也讓營業額提高的5個步驟計劃。即使沒有行銷知識的人也很容易閱讀～

本書可以說是日本式的「病毒式行銷」。不論是何種行業都能作為參考。

「口碑可依提高客戶滿意而發生。」

「只要商品品質夠好，就會有口碑。」

「惡口碑比好口碑傳播得快。」

「口碑是經由客戶進行的。」

「不論哪個業界，口碑都是最佳的宣傳媒體。」

這些似是而非的常識，其實就是造成公司困境的盲點。

如果你有與上述相同的想法，請一定要閱讀本書，破除盲點！

別再拼命挖不會出水的井了！

讓日本NO.1行銷專家——神田昌典告訴你，

如何抓住顧客的心，讓顧客不由自主地想替你宣傳的技巧！

口碑傳播過程的6大金鑰：

傳染出去的人

具話題性的商品

談論的場所

成為話題的契機

傳達的訊息

深植記憶中的工具

具體掌握六大關鍵，創造口碑並非難事！

作者介紹：

神田昌典

日本知名企管顧問，輔導過的企業超過一萬家，被《GO JAPAN》譽為「日本第一行銷大師」。上智大學外文系畢業。紐約大學經濟學碩士及賓州大學經營學碩士（MBA）。就讀大三時即考進日本外務省經濟局（即外交部），1993年進入美國惠爾浦公司服務，95年升任日本代表。在沒錢、沒人脈也沒商品的情況下，兩年內就將公司扶植成八億日圓的規模。

98年創立株式會社ALMAC，在創業第一年即達到年營業額一億日圓的成績，且公司成員除了作者本人，只有一名派遣員工。主持顧客獲得實踐會，全日本有2500個公司參與其中，是日本最大規模的直效行銷實踐組織。

目录: 第1章 在井水乾枯前汲水！

投注心血在單品上，可提升數倍的廣告宣傳效果
導入口碑？介紹系統

第2章 深入剖析「口碑的五大常識」！

口碑必備常識1—「只要能滿足客戶需求，必然能創造口碑」
不賦予期望的高度技巧

口碑必備常識2—「只要商品好，就會有口碑」

戲劇性的體驗也是滿足創造口碑的條件之一

口碑必備常識3—「壞口碑比好口碑傳播得快」

壞口碑和好口碑一樣難以推廣

口碑必備常識4—「口碑是經由客戶進行的」

口碑要從公司內部開始

口碑必備常識5—「口碑是最佳宣傳媒體」

判斷容易創造口碑之業界的二項準則

指定成為話題的對象，以及成為話題的時機

第3章 客戶想談論的公司、忽視的公司

引起訴說慾望的契機1—不幸、災難以及醜聞

引起訴說慾望的契機2—從谷底反敗為勝！

故事可消弭不信任感

引起訴說慾望的契機3—十字軍東征

組織客戶的十字軍

引起訴說慾望的契機4—真正了解我的人

外在與內心的欲望

引起訴說慾望的契機5—成為英雄

引起訴說慾望的契機6—排隊

引起訴說慾望的契機7—參加社團

第4章 讓自己的公司掌握住口碑

使客戶帶來客戶的訣竅

口碑傳播過程第1金鑰—傳染出去的人

口碑傳播過程第2金鑰—具話題性的商品

口碑傳播過程第3金鑰—談論的場所

口碑傳播過程第4金鑰—成為話題的契機

口碑傳播過程第5金鑰—傳達的訊息

口碑傳播過程第6金鑰—深植記憶的工具

練習：如何在你的公司裡應用

第5章 傳播口碑，同時實現營業額的五個步驟

步驟1—收及客戶的意見

公司內部傳播口碑的演技

步驟2—發行最新情報

步驟3—製作可攜帶的傳播工具

步驟4—製作小冊子

以最短時效製作小冊子的方法

步驟5—舉辦活動

透過活動立刻提升營業額的秘訣

· · · · · (收起)

[《口碑行銷》](#) [下载链接1](#)

标签

商业管理

商业智慧

励志

评论

[《口碑行銷》_下载链接1](#)

书评

[《口碑行銷》_下载链接1](#)