

口碑



[口碑 下载链接1](#)

著者:[美] David Meerman Scott

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2010-10

装帧:平装

isbn:9787115236265

Web

2.0时代，怎样让你的产品或创意风靡一时，为百万大众喜闻乐道？本书将为你揭开其中的奥秘。作者将理论创新与实务操作相结合，总结出了利用Web 2.0营销手段制造网络狂欢效应的六条金科玉律，并介绍了一个个生动鲜活的成功范例，如：哈利·波特魔法公园如何策划一场小型活动，达到引爆网络热潮的效果；贝克·霍尔克拉夫特如何通过网络发布音乐作品，从默默无闻成长为全球炙手可热的明星；看似平淡无奇的电子书，如何帮助厂家开拓市场，帮助个人打开宽广的就业道路；劲舞的视频，又如何带动一个品牌飞越千山万水，名扬四海……

让我们追随这些成功者的脚步，驾驭社交媒体的巨大力量，精心策划一场属于自己的网络狂欢效应吧！

作者介绍:

David Meerman Scott

毕业于凯尼恩大学，声名卓著的互联网营销策划大师、企业家、演讲家、多家公司董事会成员，著有畅销书The New Rules of Marketing and PR。

目录: 零 掀起网络狂欢效应的金科玉律	1
故事的魔力	4
7 = 350 000 000 ?!	4
点燃百万粉丝的热情	5
网络狂欢效应带给你力量	8
你必须无视那些广告及公关旧规则	9
天下一家	10
梦想成真	11
别害怕，你也能掀起一股网络狂欢效应	12
女孩们的反击战!	13
拿出你们的手机!	15
壹 除了你自己，没人在乎你的产品	19
了解买家角色，触发网络狂欢效应的引爆点	20
我爱好审计	21
愚蠢的癌症：天啊，我这么年轻就得了癌症!	24
忘记你的产品	27
你是人才狂热分子吗?	31
你的“世界”有多大?	33
写简历还是写电子书?	35
B2B公司可以采用电子书吗?	38
如何让你的电子书引爆网络狂欢效应	40
性，刮胡子和您的口腔卫生	42
通过电子书来创造名声和财富	43
黄页电话簿做不到这些事	44
什么时候（在你的电子书）避免谈关于性的话题	47
区域性的网络狂欢效应	47
人们想要和人打交道做生意	50
贰 不需要胁迫	53
不择手段的营销伎俩	54
注意：骗人的“病毒式营销”效果适得其反	56
广告公司请注意：你们的病毒式营销活动也许违法	57
病毒式营销与网络狂欢效应是两回事	59
叁 放弃控制	61
不要附带任何条件	62
MySpace上十大未签约乐队	64
哪种方式更好：是感恩而死乐队？还是齐柏林飞船乐队？	69
网络狂欢与销售线索无关	71
投资收益只不过是搪塞的借口	73
但是我们不可能这么做!	74
门票售罄，那又如何!	77
在线视频与网络狂欢效应	78
让我们实事求是	83
封锁社交网站只能让你自己受到损害	85
你信任员工吗?	86
我们是在谈论人，而不是在谈论技术	87

IBM公司计算机社交活动指导方针 89
纽约岛人队大获全胜 89
你所在的公司是否采取封锁政策? 91
肆 融入网络世界 93
当朋友引爆网络狂欢效应时 94
任何人都能引爆网络狂欢效应 95
几千球迷;一支随意选择的少年足球队 97
Facebook网站的种种应用工具: 你的微件在哪里? 99
你访问过多少城市? 100
你上推特网玩微博了吗? 103
社交网络和网络狂欢效应 104
网络丑闻效应: 坏事传千里 106
美国航空公司: 请问您是喝咖啡, 还是茶, 还是需要申请
信用卡? 106
积极参与社交媒体活动 108
积极防止发生网络丑闻效应 111
如何监控和积极参与社交媒体活动 112
伍 创造引爆点, 激发人们的分享欲望 115
这世界上不存在一定可以引爆网络狂欢效应的事情 116
像风险投资人那样思考 117
金点子头脑风暴: 引爆网络狂欢效应的金点子 120
给你的网站打分 121
能让你的想法传播的工具 123
什么发型最适合你? 124
当你自己的产品成为引爆机制 125
给你自己的实习经历打分 126
勇做第一, 迅速出击 128
一次全球范围的互联网虚拟事件 130
在体育馆举行一场航天航空科学演讲 133
举办一次比赛, 你有可能引爆网络狂欢效应 136
参加比赛, 你就有可能获胜 138
展示你的客户 140
创意和想象力必不可少 142
陆 打造精彩内容, 吸引网民目光 145
如果你隐形, 就不可能引爆网络狂欢效应 146
Google搜索结果排名第一 147
全网络都在引用 149
掌控不可控因素 152
请勿阅读本书的这一部分 153
聘用记者 155
当整个世界向你张开手臂时 159
不要再找借口 164
马特究竟在哪里? 166
你必须放弃什么吗? 170
辞职不干 170
尾声 你面临的真正挑战: 如何引爆一次网络狂欢效应? 175
你面临的种种挑战 (回顾) 176
• • • • • [\(收起\)](#)

[口碑_下载链接1](#)

标签

网络营销

互联网

营销

社会化营销

口碑

口碑——引爆网络狂欢效应的锦囊妙计

web

经济

评论

这本书再次证明了创意是教不来的。

虚。逻辑较为混乱，推荐作者看《金字塔原理》，学习有逻辑的写作。闪光点也甚少。二星半到三星。

我翻译的第一本书

炒作呗 还说的挺正经

不管怎么说，作者把自己推销出去了，彻底在网络上引爆了

虽然出版时间有些晚了 很多东西已经了解过 但是还是有一定启发的

给了很多灵感啊。

太简略了

傻逼书

围绕着一个糊弄人的大概念，满嘴跑火车。如果三个月后我们出来的书也是这样子，还真是必须对下学期选课的所有人磕头赔罪。

看到图灵教育就没兴趣了，不大喜欢虚张声势的书，讲得比较浅显，价值不高。

树立自己的品牌

案例说明不清晰，点到即止，没有余味。

内容并不充实

40%的都知道，40%的可以想到，20%的东西还是搞不懂。

一般般

列了若干思考要点，举出一些案例，但没有深入剖析背后的原因。

不走线下，同样可以让你发货发到手软，只要你不再向客户念叨A5平台，soa,而告诉用户你的产品能带来什么样的体验，同时以体验为素材做成有意思，有趣的内容，并以大众接受的形式(视频，图片，微薄),通过用户自主分享，屡败屡战，总会有口碑的，口碑来了，潮流还会远吗？

作者其实是立足于长期视角来传达自己的产品或服务，不过里面提到的一些注意点和评判标准还是不错的。总体来说这本书还行。

快毕业了，今天专门用半天时间把自己以前读过的一些书整理一下，算是对自己大学的一个小小总结。大一读过的书早忘名字了，所以只能整理大二下半学期以来能记起的一些比较好的书名，这些书陪我走过了过去的一年半时间，也是它们让我一点点从几年前的失败阴影中走了出来。时光荏苒，如今，自己即将走出学校，不过这些书带给我的阳光和感动却是一生的，谢谢这些书的陪伴，以后的人生路，我将义无反顾，勇往直前。

[口碑_下载链接1](#)

书评

翻了几页，我就打电话给老婆，让她给女儿开个微博，把女儿每天的语录发布一下，这样我就能在网上了解她了。
又翻了几页，决定制作一本电子书，促进《结网》第二版的销售，不知道出版社会不会同意。开卷有益。书名翻译的比较狡猾，原来的名字是World Wide Rave，直译是“... ”

在各种事情之间断断续续的看完了这本书，虽然没有一口气下来那种畅快感，但是在书中一个个鲜明案例的启发下，我每每会有一些“就应该是这样嘛！”或者“对阿，为什么不这样呢？”的感慨时时发出，或者是深感赞同，或者是醍醐灌顶般的启发。

”口碑“的书名言明这是一本关于病...

最近在看一本书，叫《口碑，引爆网络狂欢效应的锦囊妙计》，介绍了一些有失常规的案例和方法

这不是我们大家一直都追求的么，口碑效应，口碑营销，我们一直在强调我们要采取口碑、病毒营销可是时时看不到效果。

说实话，我也没有制造出什么有口碑、病毒传播的网络事件。无...

【自】 <http://bbs.admin5.com/thread-2242629-1-1.html>

从梦江哪里领到《口碑:引爆网络狂欢效应的锦囊妙计》这本书，由于工作原因都没能抽出太多的时间详细的来看，几个章节穿着看了看，首选要说的是很不错，在这个生存离不开互联网的年代，这本书给广大网络营销者...

【自】 <http://bbs.admin5.com/thread-2228216-1-1.html>

12月份收到了《口碑》这本书，现在已经看完两遍了，里面讲的知识 and 案例让我受益匪浅。

作者将理论创新与实务操作相结合，总结出了利用Web2.0营销手段制造网络狂欢效应的六条金科玉律，并介绍了一个个生动...

【自】 <http://bbs.admin5.com/thread-2206319-1-1.html> 关于口碑

引爆网络狂欢效应的锦囊妙计

首先我很幸运读到这本书，很感谢A5，感谢作者。读者本书的时候我正在公司做搜索引擎优化，公司正盲目于产品的推广，是啊，方式都用了，可是还是不见起色，我看了这本书，真的很有...

【自】 <http://bbs.admin5.com/thread-2184273-1-1.html>

作者的前言用的是这个标题，我们如此幸运！是啊，我深有同感。

我们如此幸运，我们生活在这个有了网络的时代！因为有了网络，我们可以坐在家中而认识世界各地的朋友；因为有了网络，我们也可以不出家门就能够...

几个月前就借着审阅的机会，拜读了《口碑》一书，其中所描述的网络狂欢效应的确非常让人向往，如果能够真的在网络上为自己的公司、自己的产品造成这种效应，那么绝对是可以用最小的投入获得最大的回报。
然而，我们这些整天埋头于“一零世界”的程序员们，可能没有机会真正去...

之前看过很多有关网络营销的书籍，很多都是套话或者实效性课操作性太差，只是看到这本书的第一眼，很惊艳。
很久没仔细看一本书了，近来读的就是这本，觉得非常具有实际可操作性，我们也会尝试用下这种方法吧，在我们自己的产品营销中。
说说不足，就是基于社会化网络媒体的...

[口碑_下载链接1](#)