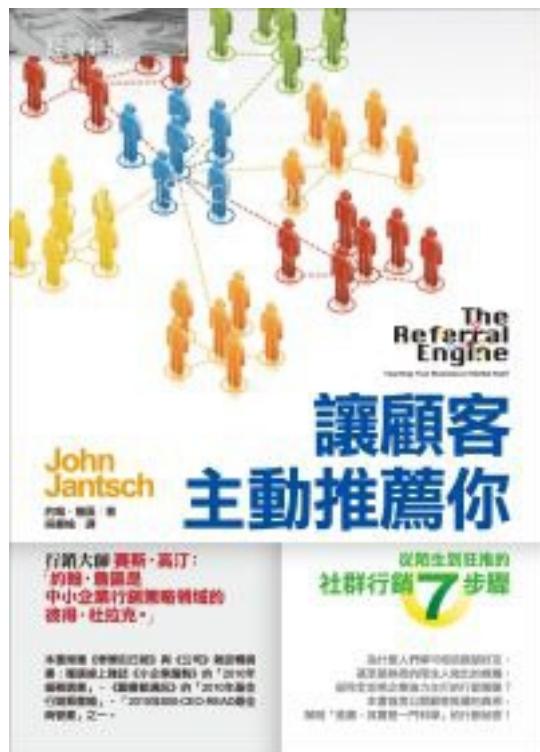


讓顧客主動推薦你



[讓顧客主動推薦你 下载链接1](#)

著者:約翰. 詹區

出版者:經濟新潮社

出版时间:2011-5-13

裝帧:平裝

isbn:9789861207889

本書獲獎無數！想瞭解網路時代的行銷術，看這本就對了！

榮獲《華爾街日報》與《公司》雜誌 (Inc.) 暢銷書；獲選線上雜誌《小企業趨勢》的「2010年編輯選書」、《圖書館通訊》的「2010年最佳行銷類書籍」、「2010年800-C EO-READ最佳商管書」之一。

這本書，教你如何以一己之力，為自家企業做行銷，建構「從陌生到狂推」的推薦循環。不需要大成本，小生意照樣能賣到翻！

本書作者約翰. 詹區 (John Jantsch) 是美國當紅的中小企業行銷和資訊科技專家，行銷大師賽斯. 高汀 (Seth Godin) 形容詹區是「中小企業行銷策略領域的彼得. 杜拉克」。

網路興起造成行銷的巨變，站在企業立場思考的行銷4P已經不敷需求；從消費者角度思考的行銷4C，由於重視內容 (content) 、情境脈絡 (context) 、關係 (connection) 與社群 (community) ，成為企業做行銷時的成功關鍵。

目前，高度仰賴網路的事業興起，著重人際互動的行銷方式更富影響力。本書中，作者點出「顧客推薦的真相」——人們比較相信親朋好友，甚至是熟悉的陌生人做出的推薦；相對地，一般企業強力主打的行銷策略，往往因為不帶人味，而無法刺激顧客主動推薦你。

許多人認為，「讓顧客推薦你」這件事情並不是「想要就有，隨傳隨到」。他們堅信，推薦與否的大權掌握在顧客手中，認為「如果顧客不推薦我，那也無可奈何」。然而，本書指出科學已經證明人們天生就有與分享他人的渴望，這是人性，也是心理需求，更是一種嵌在大腦裡的本能。

作者主張「讓顧客主動推薦你」並非可遇不可求，而是能夠一直複製使用的循環系統。本書首度公開這套「顧客推薦循環」，從顧客認識、喜歡、信任、嘗試，到購買、重複與推薦的循環，企業可以確保生生不息的推薦週期。如此一來，就能讓「潛在顧客成為常客、常客變成推薦源頭」，企業如同上過油的引擎一樣，創造源源不絕的推薦，交出行銷的最終成果！

任何追求成長、卻又苦無豐厚行銷預算的中小企業與個人創業者，都應該閱讀這本書，讓顧客心甘情願主動推薦你！不需要大成本，小生意照樣能賣到翻！

作者介紹:

約翰. 詹區 (John Jantsch)

美國當紅的中小企業行銷和資訊科技專家，曾榮獲社群媒體出版人獎 (Social Media Publisher Award)，也是暢銷書《膠帶行銷術》(Duct Tape Marketing) 一書的作者與膠帶行銷術創辦人。詹區的部落格被《富比士》雜誌選為駐站部落格，他在iTunes上的播客被《快速企業》(Fast Company) 雜誌評為「必聽的行銷類播客」。行銷大師賽斯. 高汀 (Seth Godin) 形容詹區是「中小企業行銷策略領域的彼得. 杜拉克。」(John Jantsch is the Peter Drucker of small business marketing tactics.)。本書網站：referralenginebook.com/

目錄: *

致謝

*序

*第一章 揭密！推薦的真相

真相一：人們主動推薦是因為他們必須這麼做／真相二：所有事業都有風險／真相三：沒有人會想談論無趣的企業／真相四：一致，累積信任／真相五：行銷是一個系統／最悲哀的推薦真相

*第二章 直擊！推薦的特質

最受信賴的選擇／把員工當成顧客／僱用適合的人才／訓練員工的同時，也要設定標準／給他們工具／開放的績效儀表板／把員工當股東／口碑文化／捨得捨得，捨即是得／期待獲得推薦／溢價定價／內拉式與外放式推薦／縮短銷售循環／流程導向／讓你變得更好的那些人

*第三章 瞄準！行銷4C，通往推薦的捷徑

其實，貴公司需要的是行銷4C／你屬於哪一種事業？／聚合式企業／理想客戶生命週期／客戶接觸點地圖／廣義的合作觀點／繪製行銷組織圖

*第四章 分析！推薦系統的內涵

你的真策略／可傳揚的核心差異／理想的推薦客戶／內拉式推薦流程／客戶網路／策略夥伴網路／履行承諾

*第五章 執行！真實有效的推薦策略

更高層次的目標／沒人這麼做／掌握核心差異／勾勒理想客戶的樣貌／重要的故事／受推薦品牌的要素／爆料！我們是這樣做事的／協助你執行授權的科技／開放式帳務管理／員工的基本功／本章小結：你的策略行動計畫

*第六章 驅動！行銷的關鍵，在於內容

你的殺手級「科技」／表達觀點的白皮書／出色的內容，帶你突破守門員這一關／舉辦蒐集見證派對／確實引發推薦的因素／內容，是最值得信賴的廣告形式／創造口碑的公關／為了求得推介與口碑而公開演說／教授商業行為／激發內容靈感的來源／混搭與重新訂定目標／本章小結：你的內容行動計畫

*第七章 集氣！一個帶一個的聚合策略

中心和輻輳，線上與離線／千變萬化的面貌，讓群眾更容易找到你／最容易受人推薦的企業，都善於經營社群／重新定義的人際網絡經營／推介，首重個人化／高科技企業要做哪些事來創造高感性？／部落格是創造聚合的工具／主持播客，並成為新聞記者／把語音當成客戶服務工具／把影片變成每天例行的行銷活動／來場電子午餐會／公開解決問題／網路時代、數位世界更需要傾聽／善用系統化社群媒體案例／本章小結：你的聚合行動計畫

*第八章 鎖定！你的顧客網路

有多少人推薦你？／把推介轉化成推薦人／客戶的終生價值不可限量／你，夠簡單嗎？／客戶權利法案／擁有人手冊／「我根本不知道你們也做這個！」／如何把每一件東西賣給每個人？／超乎預期／會員制建立忠誠度／不只是供應商／評估行銷成就的終極指標／你有沒有讓客戶負起責任？／狀態更新／也要聽壞消息／常駐客戶心頭／獎勵冠軍級客戶／為團隊提供裝備／完美的推薦動機／參與度高的推薦／關於推薦的二三事／建立客戶與推薦社群／打造社群空間／全員客服／本章小結：你的客戶網路經營行動計畫

*第九章 串聯！策略夥伴網路

建構你的價值網路／辨識你的策略型團隊／邀請加入／如何啟動你的網路／雙贏的有趣組合／完全參與的網路／善加教育你的網路成員／星期一推薦日／本章小結：你的夥伴網路行動計畫

*第十章 狂推！接受顧客推薦

如何建構你的推薦要求？／推薦可以告訴你哪些資訊？／如何做推薦？／（在推薦引擎當中納入員工／善用科技滋養推介／固定後續追蹤／溝通傳達流程／公開致謝／本章小結：你的準備接受推薦行動計畫

*第十一章 打造！量身訂做的推薦

兩個出色的推薦案例／利用服務交換廣告／非營利的夥伴關係推薦模式／口碑爆米花／逆向見證的推薦戰術／推薦專用的登錄頁面／被動的推薦系統／創造你自己的推薦網路／以客為師／有規畫地針對推薦蒐集見證／提供極致價值／把推薦變成社群活動／有系統地追蹤推薦

*第十二章 分享！給各行各業的建議

零售業／一般服務業／獨立專業服務業

*第十三章 行動！複習與總結

你的策略行動計畫／你的內容行動計畫／你的聚合行動計畫／你的直接客戶網路計畫／你的間接夥伴網路計畫／準備接受行動計畫

*附錄：索引＊致謝

*序

*第一章 揭密！推薦的真相

真相一：人們主動推薦是因為他們必須這麼做／真相二：所有事業都有風險／真相三：沒有人會想談論無趣的企業／真相四：一致，累積信任／真相五：行銷是一個系統／最悲哀的推薦真相

*第二章 直擊！推薦的特質

最受信賴的選擇／把員工當成顧客／僱用適合的人才／訓練員工的同時，也要設定標準

／給他們工具／開放的績效儀表板／把員工當股東／口碑文化／捨得捨得，捨即是得／期待獲得推薦／溢價定價／內拉式與外放式推薦／縮短銷售循環／流程導向／讓你變得更好的那些人

*第三章 瞄準！行銷4C，通往推薦的捷徑

其實，貴公司需要的是行銷4C／你屬於哪一種事業？／聚合式企業／理想客戶生命週期／客戶接觸點地圖／廣義的合作觀點／繪製行銷組織圖

*第四章 分析！推薦系統的內涵

你的真策略／可傳揚的核心差異／理想的推薦客戶／內拉式推薦流程／客戶網路／策略夥伴網路／履行承諾

*第五章 執行！真實有效的推薦策略

更高層次的目標／沒人這麼做／掌握核心差異／勾勒理想客戶的樣貌／重要的故事／受推薦品牌的要素／爆料！我們是這樣做事的／協助你執行授權的科技／開放式帳務管理／員工的基本功／本章小結：你的策略行動計畫

*第六章 驅動！行銷的關鍵，在於內容

你的殺手級「科技」／表達觀點的白皮書／出色的內容，帶你突破守門員這一關／舉辦蒐集見證派對／確實引發推薦的因素／內容，是最值得信賴的廣告形式／創造口碑的公關／為了求得推介與口碑而公開演說／教授商業行為／激發內容靈感的來源／混搭與重新訂定目標／本章小結：你的內容行動計畫

*第七章 集氣！一個帶一個的聚合策略

中心和輻輳，線上與離線／千變萬化的面貌，讓群眾更容易找到你／最容易受人推薦的企業，都善於經營社群／重新定義的人際網絡經營／推介，首重個人化／高科技企業要做哪些事來創造高感性？／部落格是創造聚合的工具／主持播客，並成為新聞記者／把語音當成客戶服務工具／把影片變成每天例行的行銷活動／來場電子午餐會／公開解決問題／網路時代、數位世界更需要傾聽／善用系統化社群媒體案例／本章小結：你的聚合行動計畫

*第八章 鎖定！你的顧客網路

有多少人推薦你？／把推介轉化成推薦人／客戶的終生價值不可限量／你，夠簡單嗎？／客戶權利法案／擁有人手冊／「我根本不知道你們也做這個！」／如何把每一件東西賣給每個人？／超乎預期／會員制建立忠誠度／不只是供應商／評估行銷成就的終極指標／你有沒有讓客戶負起責任？／狀態更新／也要聽壞消息／常駐客戶心頭／獎勵冠軍級客戶／為團隊提供裝備／完美的推薦動機／參與度高的推薦／關於推薦的二三事／建立客戶與推薦社群／打造社群空間／全員客服／本章小結：你的客戶網路經營行動計畫

*第九章 串聯！策略夥伴網路

建構你的價值網路／辨識你的策略型團隊／邀請加入／如何啟動你的網路／雙贏的有趣組合／完全參與的網路／善加教育你的網路成員／星期一推薦日／本章小結：你的夥伴網路行動計畫

*第十章 狂推！接受顧客推薦

如何建構你的推薦要求？／推薦可以告訴你哪些資訊？／如何做推薦？／（在推薦引擎當中納入員工／善用科技滋養推介／固定後續追蹤／溝通傳達流程／公開致謝／本章小結：你的準備接受推薦行動計畫

*第十一章 打造！量身訂做的推薦

兩個出色的推薦案例／利用服務交換廣告／非營利的夥伴關係推薦模式／口碑爆米花／逆向見證的推薦戰術／推薦專用的登錄頁面／被動的推薦系統／創造你自己的推薦網路／以客為師／有規畫地針對推薦蒐集見證／提供極致價值／把推薦變成社群活動／有系統地追蹤推薦

*第十二章 分享！給各行各業的建議

零售業／一般服務業／獨立專業服務業

*第十三章 行動！複習與總結

你的策略行動計畫／你的內容行動計畫／你的聚合行動計畫／你的直接客戶網路計畫／你的間接夥伴網路計畫／準備接受行動計畫

*附錄：索引

• • • • • (收起)

[讓顧客主動推薦你](#) [下载链接1](#)

标签

社群

marketing

Brand-theory

评论

[讓顧客主動推薦你](#) [下载链接1](#)

书评

[讓顧客主動推薦你](#) [下载链接1](#)