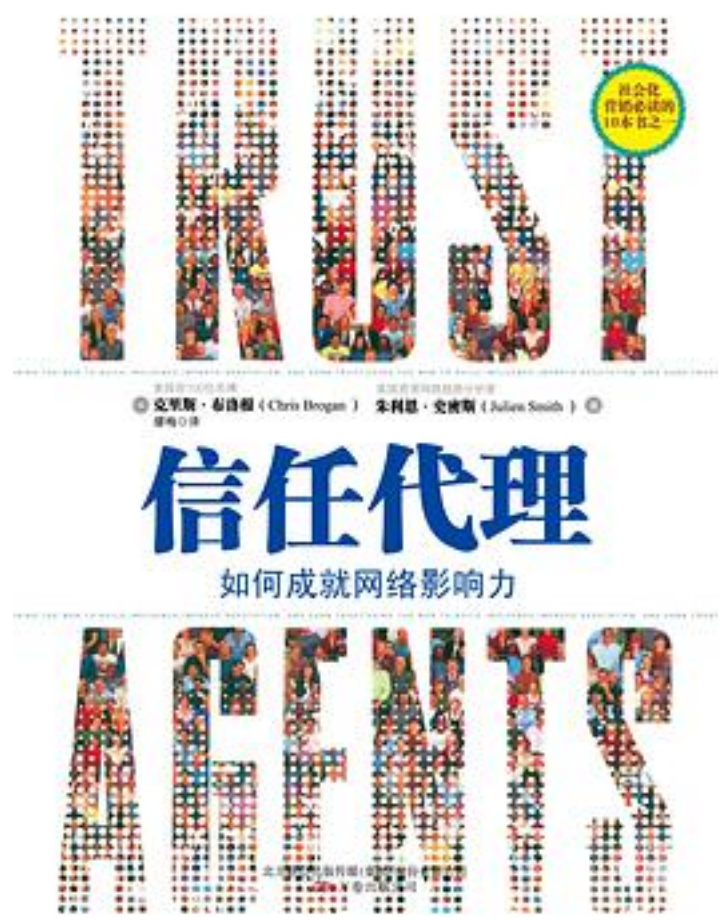


# 信任代理



[信任代理\\_下载链接1](#)

著者:[美]克里斯·布罗根

出版者:万卷出版公司

出版时间:2011-8

装帧:平装

isbn:9787547016466

这是一本讲述如何构筑网络影响力的书。在本书中，两名社交媒体的老兵将告诉你如何开发互联网的潜力，如何利用互联网和社交网络的力量，由此构筑你的品牌影响力、品

牌知名度以及从中获利。互联网已经毫无疑问地改变了我们做生意的手法，对于市场营销来说尤其如此。尽管现在比以往任何时候都可以更容易地接触到自己的消费者，但他们却不像以前那么情愿倾听市场营销及广告的那一套说辞。今天，最值钱的货币不是美元，而是信任本身。如果你的公司不知道如何驾驭这个新市场，那么社交网络和人际关系对于消费者的影响力会远远超出你的市场营销信息所能做到的地步。

作者介绍:

克里斯·布洛根

国际新传媒系列会议Podcamp的创始人之一，关注通过社交媒体来拓展商业和人际关系。

《福布斯》2010年度25位网络名人之一，排名15；

位列美国前100位名博。

朱利恩·史密斯

资深潮流分析家，已经有十多年的网络社区经营经验。

他帮助了很多企业应对业内危机并从中获利。

他也代表公司和非营利机构在加拿大和美国的新闻节目中亮相。

目录: 目录

引言 谁是信任代理

信任代理是一些不以销售为目的、不施展高压手段的市场营销人员，他们是网络王国的土著居民，利用网络来真诚而人性化地做生意。

他们对潜在顾客、雇员、同事等感兴趣，擅长与人联系，他们使网络更加人性化，他们已经意识到，这些保障更独特、更有效交流的新工具为每个人带来了更多商机。

原则一 我的游戏我做主

成为自己游戏的主人，为游戏起个不一样的名字，这样，你自然而然就占据了领头人的位置。

规则由我来定义，标准由我来设置。不要努力去循规蹈矩地做事，要与众不同，并以此来标志自己。

原则二 成为“自己人”

网络上的信任大多数是通过小组而建立起来的，通过一种归属感，也就是说，通过成为自己人。

被认为是自己人的一个好处是你的回报往往来自真诚的互动。在互相交换好意或者进行交易的过程中，你所积累起来的社会资本会进一步衍生出新的社会资本。

原则三 把自己当成放大器

利用你在某一个领域的优势来帮助自己在另一个领域占得先机。

用杠杆作用来放大科技、信息或者任何其他事物，将会把你所做的工作增值很多倍。

原则四 成为网络联系的中心  
重要的不是你认识谁，而是谁认识你。

在试图卖出自己的产品之前，先和客户建立关系，那你得到的就不仅仅是客户，也是你的品牌传播者。

原则五 做精通交际礼仪的大师  
称赞那些值得被称赞的人，过滤那些永远在抱怨的人。  
如果你不邀请他人跳舞，其他人会走上前去，而你将会错过机会。

原则六 组建自己的网络军队  
与你的军队共同作战，而不是去指挥、命令他们，这样他们会更加开心。

我们组成群体，联合在一起，用互利战略来完成我们单凭自己无法成就的大事。这就是新时代的战争艺术。  
结语 成就网络影响力

像信任代理一样，学会掌控明天的收音机，树立自己的影响力，并和大家分享这一影响力，享受这种信任的互换带给你的好处。

尽可能去尝试些新东西吧，或许它就可以为你所做的事情带来重大变革，相信我们！  
· · · · · · ([收起](#))

[信任代理\\_下载链接1](#)

标签

社会化营销

互联网

营销

信任代理

个人影响力

社会化媒体

个人品牌

社会学

## 评论

在网络中，你可以是一条狗，但至少要有信用，值得人信任。因为最值钱的东西没有别的，惟有信任。未来的注意力都将被重新分配，而“信任代理”可以通过“信任”这一硬通货，获得更多注意力的关注。因此要建立6个步骤：自主、做你自己、把自己当成放大器、成为网络节点、精通社交礼仪、组建团队。谁不想“莫愁前路无知己，天下谁人不识君”呢？

---

成为社交网络连接者

---

第一章比较有意思。但是内容组织比较散。

---

很鸡肋

---

信任就是关系的资本化，能用来解释好多社交媒体的现象。但能不能理解，就看自身的水准了。

---

博客必读

---

如何打造个人网上影响力，我想我的机会已经过去了。

---

这本书的价值就在于提炼出了一个“信任代理”的概念，仅此而已。

---

10.27 个人品牌的塑造，信任、真诚、真实是社会化时代的根基。

-----  
空泛。含金量低。

-----  
真心是不知所云废话连篇

-----  
这本书里没有陷入泥淖的解释什么是“信任代理”，但读完全书你就会知道，“信任代理”就是具有影响力的人，从本书的语境来看，就是具有“网络影响力”的人，配合本土语境就是“网络红人”，揭开这层纱，这本书如果不玩弄名词概念的话，那就叫做《欲成为网络红人的ABC》

-----  
避暑精品

-----  
恕我浅薄，信任代理，就是换了个名词在讲KOL吧。为里面那句“推荐自己一次，就要推荐别人12次”，将二星提高到三星吧。

-----  
有些牛逼的翻译可以做到让你觉得读原文更轻松

-----  
样书审读

-----  
强烈像朋友推荐此书，有三个理由：1.网络已经成为我们的生活中的一部分，如何提升我们的网络影响力，此书会给你答案；2.人人都可以做信任代理，企业的发展更需要信任代理，此书会让你在这方面走向前列；3.微博、QQ、人人网、博客等不是用来消遣的，而是我们用以改变未来的工具，工具如何用？方法就其中！

-----  
道理说的很浅显

-----  
对于微薄经营是挺有帮助的一本书。微薄的精髓在于你能帮到多少人。

-----  
很有指导性的一本书。

-----  
[信任代理\\_下载链接1\\_](#)

## 书评

渠道投放时，用户质量是非常重要的因素，今天想说下怎样辨别渠道作弊，分析渠道的效果。

- 1、关注低价设备的排名：如果你发现某款低价设备排名异常靠前，很有可能是渠道购买大量的手机作为刷量机器。
- 2、关注新版本操作系统的占比：很多渠道刷量工作室在操作系统版本的适配上会...

-----

-----  
本书找了一票大碗儿推荐（胡湖、姜奇平、孙路弘），湛庐也花了不少心思做推广，但仍然难掩内容的一般。本书被提起再次说明湛庐作为民营书商跟推荐的大碗儿有不错的关系和再次证明了民营书商的推广能力。  
书的推荐语是“社会化营销必读的10本书之一”，跟其它很多书的头衔一样...

-----  
对于我这种唯名利是图的来说，这本书确实是一部好。它不回去教导你如何做一个正直的人，一个光明磊落的人，相反，它所要告诉你的是如何在这个社会上投机，以博取名利。与厚黑学擦了一点点边。根据本书的特点，我总结了一下几个要点。  
1.要不断地了解周围...

-----

-----  
还不错，是互联网时代如何自我经营的一本好书。 p17  
网络互动有着和游戏相似的内在结构，我们可以选择类似的方法来活用我们的经验。

p21 社会资本的作用。 p121

要有扎实的领导技能，可以给群体带来归属感，有亲切体贴的态度，对自己的一切都不讳言。

---

前段时间看了一部社会化媒体的著作，《信任代理》。

恰好一次聚会，朋友们讨论这本书。

大家普遍认为，在互联网时代，信任是稀缺资源。比如，一位朋友从来不接陌生电话，每次看到陌生来电，用百度查看电话来源，经过搜索发现很多电话已经被贴上广告推销、房产中介、骗子的标...

---

《信任代理：如何成就网络影响力》，最近还比较火。买来看了。比较失望。基本上属于@Fenng

说的那种“把一句话发挥成一本书”的书。想看这本书的朋友可以考虑看看书评简介，不用耽误时间看全书了。

本书最基本的想法是：在社交网络世界中，被许多人信任的帐号可以有很大的影响...

---

如果有真正看这本书，我就应该写下评论，在这里留下我的痕迹。

一个早上就翻了一遍，好像什么都看了，但什么都留下来。撇除网络平台，这本书完全讲的就是人际沟通啊。比如：1. 媒介是人体功能的延伸 2. 人性化的要点：要和其他人打招呼，了解网络文化，分享，这是个...

---

虽然上周的看书计划未能完成，但总算就在半小时前，把这本临时列入阅读计划《信任代理》看完了。简单说说阅读想法。

一般来说，豆瓣评分低于8.5分的书我很少看，这本算是例外之一（原因很简单，领导推荐的嘛，嘘——）此类书籍，重要的是提供了看待事物、解决问题的...

---

建立信任才是营销王道 杨津涛 经济参考网

克里斯·布洛根从1998年开始写作博客，而到1999年“blog”一词才开始被使用。如今这个博客早已跻身全球最热门的100个博客之列；他本人也在《福布斯...

---

用了两个下午看完这本书，内容还不错，虽然排序有些凌乱，还是值得一看！

此书以游戏的角度讲了信任代理的6个原则（特质）。原则一：我的游戏我做主

换句话说理解当你打量人生这款游戏的时候，重要不仅仅是结果，而是过程中的每个创新突破，而如何能在游戏中打...

-----  
这本书看后直观感受真如《互联网周刊》主编姜奇平为此书写的推荐序所说：这本书在美国进入了《纽约时报》的畅销书榜首，它符合标准的美国人口味，是美式思维的产物。但对于中国人来说，这本书具有美国畅销书一个几乎共同的特点：细看每一笔都神功具体，跳出来一想不知所云。 ...

-----  
这本书是关于“个人品牌”方面主题阅读的第3本书。  
这本书看后直观感受真如《互联网周刊》主编姜奇平为此书写的推荐序所说：这本书在美国进入了《纽约时报》的畅销书榜首，它符合标准的美国人口味，是美式思维的产物。但对于中国人来说，这本书具有美国畅销书一个几乎共同的特...

-----  
看这本书有一种看电影烂片的感觉，大概看到一半的时候就没有兴趣，可由于强迫症，便逼着自己把书翻完了。  
1，批评一下翻译。看了其他书评，有几个读者跟我一样感受，就是言语组织毫无章法，阅读困难，也不知道是不是因为作者属于意识流，还是翻译水平太烂（另一本同样...

-----  
@湛庐文化 出品，必属不凡。  
这本书的实质是网络时代的个人品牌建立，关注个人品牌的可以阅读，会有收获。书中给出不少实用的方法和工具，但也指出了，不必太关注工具，相比科技，更应关心商业，这个观点，我也非常同意。这本书侧重于社会化媒体矩阵的建立，更适用于网络时代 ...

-----  
说句实在话，这本书被传玄乎了，其实内容并没有那么引人入胜，换句话说：读者都被信任代理了。  
写作者针对的欧美市场背景写的书，可能大部分不适合中国这边的情况。  
但不得不说有些观点还是赞成的。  
整本书阅读起来有点不流畅，翻译者文字稍显拖沓，让读者失去耐心。 挑选的案...

-----  
[信任代理\\_下载链接1](#)