

# 营销十法



[营销十法\\_下载链接1](#)

著者:马西森

出版者:人民邮电

出版时间:2011-10

装帧:平装

isbn:9787115259615

《营销十法:社交网络时代成功企业怎样推广品牌》是数字营销领域的新标杆。它多层

次、多角度探讨了当今最流行、最具创意的各种数字营销方式，并告诉你如何构建面向未来的深度品牌体验。《营销十法:社交网络时代成功企业怎样推广品牌》阐释了在数字时代构建“按需”品牌的十个重要法则，更邀请了十位营销界的重量级人物就当前数字营销大势侃侃而谈，不仅为广告及营销方面的人员打开了一扇崭新的认知窗口，更为力图在日益激烈的市场竞争中占据一席之地的品牌所有者、推广者提供了一个非常的视野。

作者介绍:

Rick Mathieson

数字时代营销领域的领袖人物。他被哈佛商学院的《实战新知》奉为策略营销专家，《广告周刊》、《广告时代》、《连线》、《广播及有线电视》等刊物都曾以他的观点做过专题，而微软全国有线广播、哥伦比亚广播和美国国家公共电台等广播媒体也不乏他的声音。另外，Mathieson还是Creative i Advertising & Interactive Media副总裁及创意总监。他还著有Branding Unbound一书。他目前生活在旧金山湾区。

目录: 第一法则 理解高于灵感 1

1.1 按需还是赶时髦 2

1.2 美丽行动 4

特别专访:克劳伯格宣言 18

第二法则 不是重复利用,而是重新构想 27

2.1 从这里看过来 28

2.2 猴子大出彩 31

2.3 人民的呼声 32

特别专访:博古斯基大爆料 45

第三法则 不但融入圈子,更要建立圈子 51

3.1 网络效应 52

3.2 逆势而动 54

3.3 值得拯救的生活 56

3.4 社会认可 58

特别专访:维贝克在犴豸发狂状犴犴犴犴犴2.0中构建品牌 73

第四法则 没有娱乐圈,不成生意场 81

4.1 广告和娱乐的相遇与相恋 83

4.2 回到未来 88

特别专访:重写品牌娱乐规则的安德里安?西 97

第五法则 想控制?省省吧 101

5.1 闭门造不出好车 103

5.2 我要我的METV 112

特别专访:“奥巴马女孩”的成功 113

2 7 营销十法:社交网络时代成功企业怎样推广品牌第六法则 和顾客玩游戏 119

6.1 游戏在哪里 122

6.2 寓品牌于娱乐 125

特别专访:迈克?本森谈广告游戏的基本要素 133

第七法则 产品就是新服务 139

7.1 产品升级 140

7.2 特别速递 142

特别专访:让假狂狂犴犴犴犴犴脱胎换骨的德里克?罗布森 149

第八法则 移动就是核心所在 155

8.1 你来打电话 156

8.2 小广告,大成果 157  
特别专访:用移动“激活”传统媒体 172  
第九法则 让惊喜永驻店内 179  
9.1 店内?店外 180  
9.2 社交零售的崛起 182  
特别专访:店内体验的未来 191  
第十法则 合理使用智能广告 199  
10.1 为你提供只为你提供的内容 200  
10.2 模型行为 202  
10.3 稍显过多的Facebook时间 206  
10.4 Android入侵 207  
10.5 雷达之爱 209  
10.6 通过脑部扫描构建品牌 211  
特别专访:社交网络之隐私20 216  
• • • • • ([收起](#))

[营销十法\\_下载链接1\\_](#)

## 标签

营销

网络营销

互联网

品牌传播

营销管理

社交网络

管理

## 评论

不接地气

我觉得脑子里一片混沌，什么都没有留下！

只能说一般，虽然有些观点不错，但是现在看起来不那么新了

网络营销案例，未来趋势，加营销人访谈。正文标题不知道是不是翻译原因，看起来都挺怪的。

感觉更像国际品牌案例集，内容有些空，不成体系，当然也不接地气。

社交网络时代成功企业怎样推广品牌

好失望。对案子基本没帮助。

看在给我提供了很多idea的份上给它4颗星。这本书总结的十法还是不错的，适合新手入门级别的人看看。虽然没有很深刻的见地，但也是一本写的很中肯的书。值得一读~

谈了很多社交网络时代的营销手法，让我打开眼界了！看来这里面水深着呢、

只能说，看的时机不对，导致所有的趋势案例等都变得落后，毕竟工具书有时候功利，没啥学习的意义就变的没意思了，拖了一个多月没收尾，最后也是快速翻完画个句号。  
by the way, 11年的国外案例，到18年的今天，好多技术几年前国内就在玩，也是说明国内的社会化真的也是很快了

-----  
!!!

-----  
营销

-----  
[营销十法\\_下载链接1](#)

## 书评

场景营销目的是让用户产生共鸣，完成品牌的传播和产品销售转化，主要有以下五种

- 1、仪式感：就是设置特别的流程，举办仪式，以彰显某件事情特别重要。
- 2、代入感：就是参与者沉浸在场景中，引发了他的情绪共鸣。
- 3、时代感：有时代感，就是场景要借助与时代相关的道具或活动 4...

-----  
[全书主题]:  
作者通过对成功案例的分析和采访，提炼出在社交媒体时代(现媒体，现在此刻此时)做品牌推广的一些要遵从的规律或者原则或者误区。  
同时也包括作者的一些感悟和理解。 本身不是方法论  
，重在通过案例过程的关键问题引发读者的思考，然后结合自己的实际情况进行反思...

-----  
[营销十法\\_下载链接1](#)