

<<口碑营销>>

图书基本信息

书名：<<口碑营销>>

13位ISBN编号：9787506440738

10位ISBN编号：7506440733

出版时间：2007-1

出版时间：中国纺织出版社北京图书发行部

作者：颜炳荣

页数：282

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<口碑营销>>

内容概要

《口碑营销》全面阐述了口碑营销的理论及实践，深入剖析了口碑营销的精髓，并对如何启动、运用口碑营销以及口碑营销的步骤进行了详细解答，将口碑营销的经验进行了总结与提炼。

《口碑营销》还引用了口碑营销的经典案例，从更宽广的范围启发读者的思维，让读者从口碑营销中受益。

口碑是最古老的传播“媒体”，也是一种独特的营销方法，在信息化的今天口碑更是营销成功的诀窍。

无论对企业和个人，口碑营销都是极其高效、有力的销售方式。

<<口碑营销>>

书籍目录

第一章 口碑营销的力量	1.1 口碑——被淹没在现代化营销方式中的营销手段	1.2 口碑营销的力量	1.3 成功企业的口碑营销秘诀	1.4 口碑营销为何让传播效果提高N倍
第二章 口碑营销的内涵	2.1 口碑营销的概念	2.2 人是口碑营销的本源	2.3 口碑的内在情感价值	2.4 以顾客为中心
第三章 口碑营销过程与影响因素	3.1 口碑在消费者中的流传效应	3.2 口碑传播的方式	3.3 口碑传播的前因后果	3.4 多种环境中的口碑
第四章 启动口碑营销	4.1 口碑营销启动前的准备工作	4.2 口碑营销的9个层次	4.3 口碑营销的实施原则	4.4 明确口碑营销中的误区
第五章 口碑营销的全面展开	5.1 驾驭先期口碑营销	5.2 口碑营销的操作要点	5.3 口碑营销的步骤	5.4 口碑营销中应注意的几点问题
第六章 口碑营销的可运用细节	6.1 利用意见领袖加强广告效果	6.2 赠送产品、礼物或服务	6.3 搞好客户服务	6.4 其他可运用细节
第七章 口碑营销的后续处理	7.1 负面的口碑营销	7.2 修正口碑营销的结果	7.3 搞好售后服务,防止负面口碑的传播	
第八章 中国市场的口碑营销	8.1 在我国市场开展口碑营销的有利条件	8.2 我国消费者行为特点与口碑传播	8.3 我国市场各行各业口碑营销潜力	8.4 我国农村市场——口碑营销的大舞台
				参考文献

<<口碑营销>>

编辑推荐

口碑营销，号称“零号媒介”，被现代营销人视为最具有病毒式特点的营销模式，是当今世界最廉价的信息传播方式，也是可信度最高、最强势的宣传媒介。

口碑的巨大可信性、促销力，已经使“信息传播，口碑第一”几乎成为一句真理。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>