第一图书网, tushu007.com

<<让营销更性感>>

图书基本信息

书名：<<让营销更性感>>

13位ISBN编号：9787508637273

10位ISBN编号：7508637275

出版时间：2013-1

出版时间：中信出版社

作者：李治

页数：240

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

前言

内容概要

杜蕾斯大雨鞋套、杜甫很忙、元芳你怎么看、江南Style……　　在自媒体大爆炸的时代，你的营销还在老套地沿用传统的方式吗？

栗子认为：真正的营销不是叫卖，而是“勾引”。

在作者看来，消费者在多大程度上迷恋一个品牌，追随它、传播它，定义了一个品牌的性感程度。

作者创造性地将品牌分为四大类：大牌性感明星型、选秀明星型、大家闺秀型、恐龙型。在这四个大类的基础上，作者又从三个维度——共鸣、生活方式以及消费者体验，用杜蕾斯鞋套、《史蒂夫·乔布斯传》、普文二青年等一手素材，结合其他一些成功或失败的案例，图文并茂、亦庄亦谐地叙述了成功的互动营销应该怎么做，个人或机构应该如何打造自身的影响力。

作者以她一贯的风趣文字，一改“营销”这个话题的专业形象，结合自身的营销经验，以风趣幽默的文笔和丰富的案例，告诉读者，在一个日新月异的时代，什么样的产品、怎样的营销，才能让KPI们滚蛋，让消费者围着你high。

作者简介

李治，昵称栗子，搜索关键词：栗子面。
毕业于一所盛产国家领导人和恐龙的学校，无奈属于后者。
漂泊异国学习，后自愿“卖身”到一个严禁喝可口可乐的公司（甚至说这四个字时，都要咬牙切齿）。
在工作中专爱咂摸项目管理，经考核，顺利取得PMP（俗称拍马屁）认证。
第一部分享书《别告诉我你懂PPT》意外获得2010年度卓越十大畅销书奖。
第二部书《不懂项目管理，还敢拼职场》卖过项目管理经典PMBOK，成为史上最畅销的项目管理分享书。
她喜欢掏心窝子地把更多好东东分享给大家，尤其是当她华丽丽地从“科学家”转身为不忽悠人的“营销人”之后。
在中信出版社编辑的怂恿下，你看到了现在这本小书，娓娓道来成功和失败案例中的酸甜苦辣。
不敢期待你来粉，只期待对你有一定启发。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

章节摘录

后记

媒体关注与评论

李治的优点在于，她能够把一件看来很严肃很专业的事情讲得非常生动有趣，而且还非常有用。这本关于性感营销的书，别出心裁，直达营销问题的核心，值得好好研读和应用。

——@程士安 复旦大学新闻学院广告系主任　　这称得上是一本“影响力打造手册”。李治对互联网时代的营销很有心得，对品牌做的分类挺有意思，三个关键点也是一语中的，颇有“拨开云雾见青天”的感觉。

——@徐小平 真格基金创始人、新东方联合创始人　　用了两个小时一口气读完，案例丰富、趣闻甚多。既有人人皆知的“大案”，也有亲身参与的解密。知识性和趣味性结合的很好，符合我经常讲的“有用有趣有条理”。

——@徐智明　快书包网上精选便利店 创办人、CEO

编辑推荐

《让营销更性感》编辑推荐：《别告诉我你懂PPT》、《不懂项目管理，还敢拼职场》作者@栗子面最新分享。
数字时代的营销必杀技&新武器：性感营销！
来自营销战场第一线最真实的报道，偷窥那些或成功或失败案例背后的创意故事，如何勾引消费者花着自己的钱替商家做广告。

名人推荐

李治的优点在于，她能够把一件看来很严肃很专业的事情讲得非常生动有趣，而且还非常有用。
这本关于性感营销的书，别出心裁，直达营销问题的核心，值得好好研读和应用。
——程士安 复旦大学新闻学院广告系主任这称得上是一本“影响力打造手册”。
李治对互联网时代的营销很有心得，对品牌做的分类挺有意思，三个关键点也是一语中的，颇有“拨开云雾见青天”的感觉。
——徐小平 真格基金创始人、新东方联合创始人用了两个小时一口气读完，案例丰富、趣闻甚多。
既有人人皆知的“大案”，也有亲身参与的解密。
知识性和趣味性结合的很好，符合我经常讲的“有用有趣有条理”。
——徐智明 快书包网上精选便利店创办人、CEO

第一图书网, tushu007.com

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