

<<影响力>>

图书基本信息

书名：<<影响力>>

13位ISBN编号：9787807000440

10位ISBN编号：7807000449

出版时间：2004-4

出版时间：海南出版社 三环出版社

作者：[美]艾德·凯勒[EdwardB.Keller]

页数：270

字数：250000

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>

<<影响力>>

内容概要

十分之一的美国人告诉人告诉其他怎样投选票，去哪儿吃饭以及购买什么。
这十分之一美国人就是美国社会的影响力。

他们是谁？

最有影响力的美国人——那些告诉他们的邻居买什么，支持哪个政要以及去哪儿度假的人并不一定就是你想象中的那种人。

他们不是美国十里挑一最富有或是受教育程度最高的人。

他们并不是“第一个吃螃蟹”尝试最新事物的人。

然而他们却是十里挑一最热心社区事务的人，他们在社区中发挥着巨大的影响力——他们是影响力人物……

<<影响力>>

作者简介

艾德·凯勒，现任罗普公司CEO，罗普公司从事全球性市场研究与咨询，曾经为很多世界级大公司进行品牌策略、顾客忠诚度管理、企业信誉管理及企业公关管理效果研究。凯勒是美国公认的营销与消费者趋势专家，也是广告研究基金会董事，以及市场研究协会成员。

书籍目录

第一章 谁是影响力人物？

人口结构特征并非影响力分布图 共同特征与差异 积极分子 人物特写：米莲诺 人缘 有影响力的人
人物特写：李赖瑞 具有主动心态的人 一个成功的产品：移动电话 潮流引导者 一个值得期待的产品：电子书 案例研究：创业风潮 天生的还是后天培养的
第二章 影响力人物的性格 清楚什么最重要 抱负：美国梦，好日子，生活必需品 相信成长与改变 人物特写：雪莉·米勒 公私平衡 价值观：家庭事业并重 满意的地方和追求的目标 人物特写：里克·怀特 案例研究：绿色营销——有影响力的平衡因素 一个行之有效的想法：整合的家 特立独行
第三章 影响力螺旋：口碑的建立
第四章 影响力人物的信息：自主时代与自主的兴起
第五章 有影响的预见：未来的七个趋势
第六章 制订有影响力的战略：切进话题的六个原则

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>