

Global Social Business
Media Mobile

DO IT!
MARKETING

79个营销创意，拿来即用！50条理由，说服客户！

21天实操指南，销量狂飙！

集客行动营销

快速聚集人气，低成本引爆高销量

[美] 戴维·纽曼 (David Newman) ◎著 陈 书 ◎译

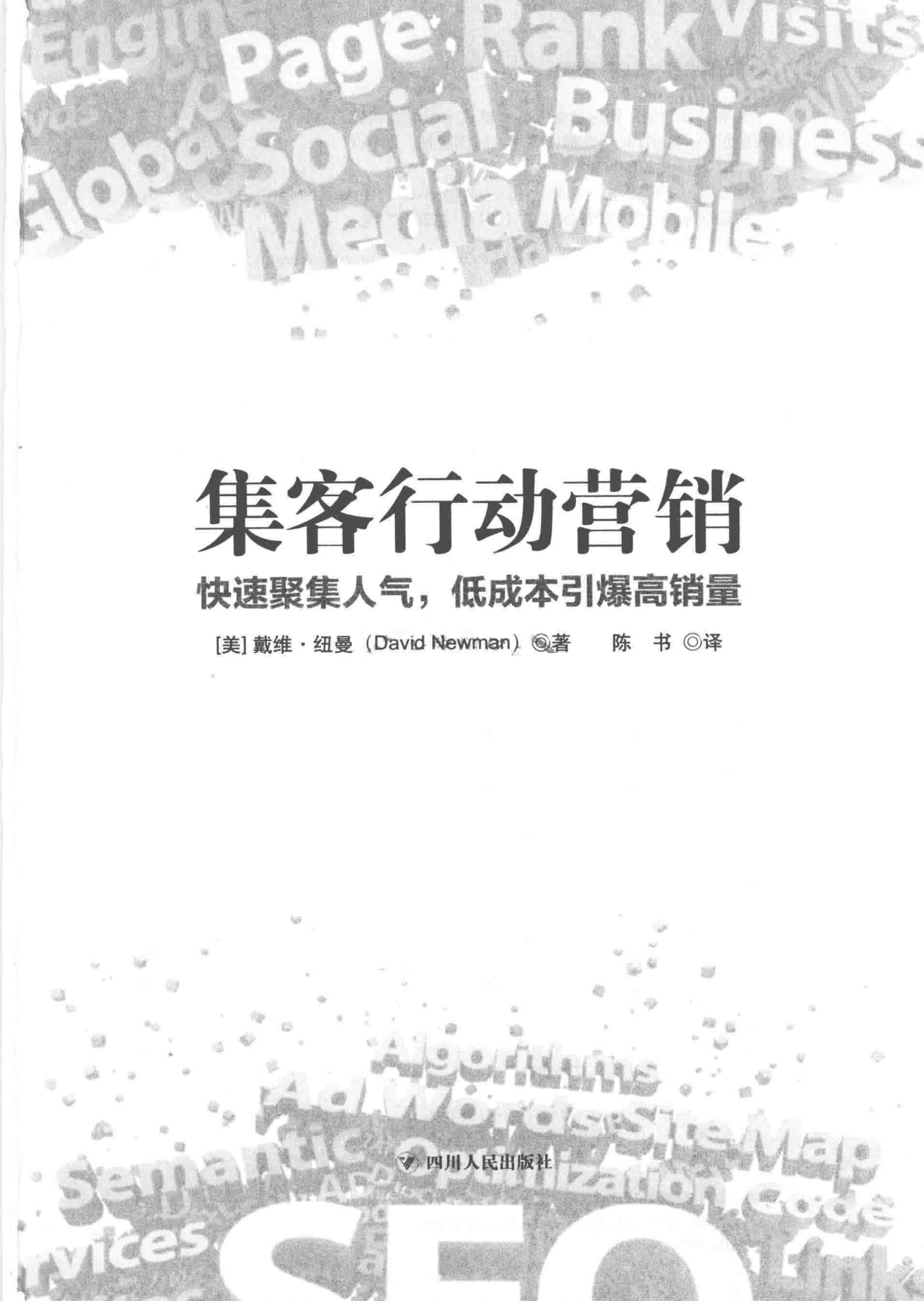
集客行动营销总裁训练营专用教材

全球著名营销大师、《销售中的心理学》作者 博恩·崔西
世界著名管理大师、《管理中的魔鬼细节》作者 马歇尔·古德史密斯

欣然
推荐

附赠 | 大量营销专业工具、工作表、模板和
“21天集客行动营销实战演练”课程

四川人民出版社

The background of the cover is a collage of various digital marketing and technology terms in different fonts, sizes, and orientations. At the top, terms like 'Page Rank', 'Visits', 'Social', 'Business', 'Media', and 'Mobile' are visible. At the bottom, terms like 'Algorithms', 'AdWords', 'Site Map', 'Semantic Optimization', 'Code', 'Link', and 'SEO' are prominent. The overall aesthetic is modern and tech-oriented.

集客行动营销

快速聚集人气，低成本引爆高销量

[美] 戴维·纽曼 (David Newman) 著 陈书 译

四川人民出版社

集客行动营销: 快速聚集人气, 低成本引爆高销量 /
(美) 纽曼著; 陈书译. —成都: 四川人民出版社, 2014.11
ISBN 978-7-220-09298-5
I. ①集… II. ①纽… ②陈… III. ①营销 IV. ①F713.3
中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第203777号

Do It! Marketing: 77 Instant-Action Ideas to Boost Sales, Maximize Profits, and Crush Your Competition

Copyright © 2013 David Newman

Published by AMACOM, a division of the American Management Association, International, New York through Big Apple Agency Inc. Labuan, Malaysia.

Simplified Chinese edition Copyright © 2014 by **Grand China Publishing House**

All rights reserved.

No part of this book may be used or reproduced in any manner whatever without written permission except in the case of brief quotations embodied in critical articles or reviews.

本书中文简体字版通过 **Grand China Publishing House (中资出版社)** 授权四川人民出版社在大陆地区出版并独家发行。未经出版者书面许可, 本书的任何部分不得以任何方式抄袭、节录或翻印。

JI KE XING DONG YING XIAO

集客行动营销

戴维·纽曼 著

陈书 译

执行策划
责任编辑
装帧设计
责任校对
特约编辑
责任印制
封面设计

黄河 桂林
杨 娅
张 英
刘 静
涂玉香 金存惠
王 芳

WONDERLAND Book design
仙德 QQ:344581934

出版发行

网 址

E-mail

新浪微博

发行部业务电话

防盗版举报电话

印 刷

成品尺寸

印 张

字 数

版 次

印 次

书 号

定 价

四川人民出版社 (成都槐树街2号)

<http://www.scpph.com>

sichuanrmcbs@sina.com

@四川人民出版社官博

(028) 86259457 85259453

(028) 86259457

深圳市汇亿丰印刷科技有限公司

166mm × 239mm

17

226千字

2014年11月第1版

2014年11月第1次印刷

ISBN 978-7-220-09298-5

38.00元

■ 版权所有·侵权必究

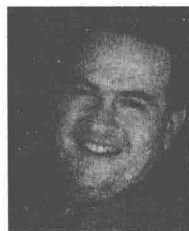
本书若出现印装质量问题, 请与我社发行部联系调换

电话: (028) 86259453

戴维·纽曼

致力于 30 倍回报的顶尖营销教练
全球闻名的营销战略演说家

“一次付费，无限服务”的集客行动营销机构 CEO



引领时代的“集客行动营销”推手

全世界人民都知道，营销的难题从来不是“努力不够”。

传统营销观点认为，商家应该像飞蛾追逐亮光一样追逐顾客。戴维·纽曼反其道而行之，他在《集客行动营销》这本书中全面总结了“点亮”自己、让顾客倒追商家的“集客行动营销”（Inbound Marketing）工具和策略。

戴维·纽曼总结出来的全新营销方程式是：100% 的营销 = 79% 的方法 + 21% 的努力。79% 的方法是什么？是 79 个集客行动营销创意。21% 的努力是什么？是 21 天行动演练。看完本书，你会比你的对手更清楚如何争取“100% 的营销效果”。

引领时代的“集客行动营销”推手

“SNS 营销”“微信营销”“微博营销”“O2O 营销”“病毒

营销”“湿营销”“LBS 营销”“大数据营销”……万法归宗，都是“集客行动营销”。“集客”的精髓即是营销的终极境界，“让顾客倒追商家”。

戴维·纽曼不拘于具体的媒介技术，为商家厘清了“集客行动营销”的3个支柱（内容、搜索引擎优化、社会化媒体），目标是让商家掌握“有营销时代”的终极制胜武器。

致力于 30 倍回报的顶尖营销教练

戴维·纽曼曾在管理咨询业巨头韬睿咨询公司（Towers Perrin）和第三代人力资源管理系统（HRMS）全球领导者仁科（PeopleSoft）公司工作。

22 年以来，戴维·纽曼始终致力于市场营销、科技和专业服务等领域的智力支持工作。他服务过的客户包括埃森哲咨询、甲骨文、IBM、微软、普华永道等“世界 500 强”中的 44 家。

他是全美闻名的营销专家，致力于“让 1 美元营销投入获得 30 美元回报”。戴维·纽曼提出的有关市场营销及企业运营的建议被《纽约时报》《投资者商业日报》《销售 & 营销管理》《销售力》《商业 2.0》《B2B》《企业家》、美国国家广播公司电视节目、快公司网等诸多主流媒体报导。他的咨询建议让无数企业主和各个层级的企业管理者成功赢得了更多的销售机会、更优质的潜在客户以及更多的订单。

全球闻名的营销战略演说家

戴维·纽曼不仅具有丰富的市场营销实战经验，还是一名出色的商业战略演讲家。他曾为 600 多个团体或组织发表过演讲，其中包括各种地方或国家级专业协会、非营利性组织以及

不同规模的企业。其业务领域包括：咨询公司营销、小企业营销、零售商营销、连锁营销、专业服务（自由职业）营销、社会化营销、非营利营销、团队激励等。

“一次付费，无限服务”的集客行动营销机构 CEO

作为营销教练，戴维·纽曼不满足于改善营销效果，而从根本上杜绝“运气营销”当做对客户的基本承诺。集客行动营销机构致力于帮助努力且机敏、希望寻求新的营销方式的企业家和管理者变得更加成功。这家机构最与众不同的地方在于：一次支付，客户就能享受无限量的指导和咨询服务。

最后，戴维·纽曼可能是你见过的最谦虚的人之一！

俞 雷

知名营销专家、左右家私副总裁

戴维·纽曼指出：营销，一定要引诱，而不是恳求；要使用拉力而不是推力。强买强卖的营销方式早已经 Out 了。另外，他还教你如何将自己打造成具有强大磁力的“营销磁场”，为消费者和客户提供价值，从而一步步赢得市场。

兰晓华

《香港商报》传媒首席品牌官、“真功夫”策划人

《集客行动营销》这本书的宗旨是让“营销”这件事落地，并切实带来销量和利润。全书内容实用可行，不要花架子，值得一读。

于 斐

著名品牌营销专家、中国十大杰出营销人

把握财富脉搏，需要大格局。《集客行动营销》就是提升企业格局的好书，内容丰富、生动、有趣，全盘为你揭示，在当今互联网时代，如何跳出传统模式红利的娇宠，在平等、开放、互动中吸引用户追逐的最新实战方法和实用技巧。

格局决定结局。一本破解新时期企业制胜密码的好书，不可不读！

孙全胜

《新营销》杂志主编

戴维·纽曼聚焦于市场一线存在的营销难题，避免空洞浮泛，直指问题核心，以“极简”主义构建其销售哲学，因此实在、实用、实效，形成了《集客行动营销》的价值磁场。

博恩·崔西

全球著名营销大师、《销售中的心理学》作者

哇！这本《集客行动营销》棒极了，全是实用、有效、让人大吃一惊的方法和技巧，将大大提高你的销售额。

马歇尔·古德史密斯

世界著名管理大师、畅销书《管理中的魔鬼细节》作者

《集客行动营销》破解了成功营销的秘密。秘密很简单：那就是没有秘密！戴维·纽曼只是教你一步步赢得市场的步骤并获得结果。无论你是怎么来到现在的位置，本书都将让你更上一层楼。

罗伯特·布莱

美国最顶尖文案专家、《文案创作完全手册》作者

作者指出：吸引他人向你靠拢要比你主动凑过去要强。更重要的是，他还教你如何将自己定位为一个有价值的资源磁场，像磁铁一样吸引客户的注意，让他们急于跟你做生意。

艾伦·邦巴

韬睿咨询公司（世界知名咨询公司）

各种经过深思熟虑的观点被完美地呈现在读者眼前，包括如何帮助我们这些企业主或管理者在未来一周内节省 2 1000 美元，而这仅仅是第一步。

约翰·柯克

摩根大通集团

这本《集客行动营销》简直是为我们量身打造的。它非常专业，内容直指问题的关键所在。

杰瑞·古德温

美联银行

这本《集客行动营销》是指导我们获得成功的实用工具。它不仅帮助我理解营销概念，还帮助我制定并落实营销计划。

迈克尔·瑞特

美国运通公司

戴维为我提供了很多灵感以及有价值的想法。这本《集客行动营销》风格很轻松，仿佛在与作者一对一地交流。

杰伊·康拉德·莱文森

畅销书《游击营销》系列作者

《集客行动营销》充满了有力的营销策略，你看过之后，立马上手。戴维·纽曼不说废话，教的都是你需要的，如果跟随他的建议，你将获得成功。

迈克尔·雷

斯坦福大学企管研究所创意与创新营销学教授

《集客行动营销》着眼于行动，它绝对是一剂营销猛药。正因为如此，书里经常会冒出来一些看似自相矛盾、实际上却精彩绝伦的观点。可能你的事业已经抵达巅峰，光是为了维持现状，你就得耗费全身的力气，但这本书一定能帮助你更进一步。

何塞·帕洛米诺

Value Prop 互动公司总裁、《价值主张》作者

《集客行动营销》里提到的策略、工具以及规则，有助于你制订出杰出的营销策略、增加销量，戴维·纽曼的这些策略在实践中必然会大放异彩。深挖《集客行动营销》里的内容，你将发现一种更聪明、更速效、更简便的营销方法，助你施展全部的商业潜能。

马克·桑伯恩

桑伯恩联合公司总裁、《邮差弗莱德》《没有头衔的领导者》作者

本书提供了一套完整有效的营销计划。这本书很有意思，书里提供的点子、策略、规则能让你在竞争中脱颖而出。

杰弗里·海兹利特

柯达公司首席营销官、畅销书《四面楚歌》《镜子测试》作者

《集客行动营销》适合所有渴望更加明确营销重点、吸引更多客户、赢得更多生意的大小企业主、首席执行官阅读。正如戴维·纽曼所言，“唯有行动才能产生结果”。践行书中的建议能推动你的企业快速发展壮大。

戴维·斯特曼·加兰

《升到最高层》节目主持人、《有趣无误的营销战略》作者

这本《集客行动营销》最缺乏的是骗人的花招、操控他人的方法以及过气的营销伎俩。所有希望“升到最高层”并长期保持成功的人，缺的就是这样一本书。戴维·纽曼用一种绝不沉闷的方式教你在市场上独领风骚的营销方法。

乔·瓦伊塔尔

《引爆吸引力》作者

《集客行动营销》用相同篇幅分别介绍了关于营销活动的调查、启动以及落实。践行书里介绍的方法，你的企业立刻就能吸引到更多的客户、赚到更多的钱、获得更大的成功。

吉姆·库克拉尔

俄亥俄州克利夫兰企业家、《请注意：这本书能帮你赚钱》作者

相较于其他平淡无奇的商业书，这本书明显属于另外一个类别。只要你按照戴维·纽曼在书中呈现的那些高效营销方法做，你一定能获得更多的关注、更多的客户、更多的收益，最终实现名利双收。想听听我的建议？放手去做吧！

约翰·詹斯奇

《胶带营销》作者

这将是读过的最实用的营销书——那还等什么呢？我很难用文字描述戴维·纽曼的本质和智慧，只能说这本书好得超乎想象。

俗话说：“明白了就觉得简单。”看过这本书，你就掌握了营

销的精髓。起初,你可能会为了完成书里的习题而精疲力竭。不过,一旦成为营销大师和沟通专家之后你就轻松了。所有从商的人都能从《集客行动营销》中获益,这本书对所有的服务性企业的影响更是颠覆性的。

戴维·A. 菲尔茨

Ascendant Consortium 执行董事、《企业高管咨询手册》作者

痛恨营销的企业家需要读这本《集客行动营销》,喜欢营销的企业家更应该读一读。戴维·纽曼为所有创业者绘制了一幅超级实用、非常鼓舞人心的路线图。纽曼用一种独一无二的笔调写了一本引人入胜的营销学教科书,介绍了不少立竿见影的营销方法。如果你希望看到的是常春藤大学教授鼓吹的营销学,请立即把这本书塞回书架去。如果你想要赢得更多的客户,就不要等看完封面上的推荐再作决定了,赶紧掏钱买一本吧!”

《沃斯港明星电讯》

在这本营销指导书中,作者戴维·纽曼为小公司老板提供了建议,让他们在企业家中脱颖而出,吸引大批客户。

黄泰元

《蓝海战略本土化实践》作者
两岸著名品牌战略咨询专家

开辟无关产品、价格和 需求的营销新空间

拜移动互联网时代之赐，人与人不仅可以水平互联、垂直互联，也可以交叉互联，跨越了传统营销年代信息不对称造成的鸿沟。

如今，在种种社会化媒体上，我们每天都能看到许多高大上的成功营销案例。乍看之下，这些成功企业似乎离自己只有一步之遥，但当你模仿他们的战术后会发现，几乎无法在自己的企业里奏效！其实，问题就在于：虽然信息不对称的情况极大地改进了，但平台的差距依然存在。

在移动互联网时代，顾客在哪里并不重要，重要的是要让顾客知道“企业在哪里”，“吸引力”成了企业是赢是输的关键！

这是一本教你如何在种种社会化媒体平台上进行精准定位，从品牌、产品、包装、环境、服务、口碑等方面去“吸引”

顾客，打造“企业吸引力”的营销实战书籍。作者层次清晰地将诸种复杂的营销理论归纳为：“在客户面前的9个曝光度”“客户购买的50条理由”“最令客户反感的10大行为”“销售必败的7个预警信号”“潜在客户要开溜的5种迹象”“一定要屏蔽的9种傻瓜客户”等。这些可以轻松落地的办法，十分适合习惯浅阅读、喜欢“拿来主义”的中国读者。

在2006年出版《蓝海战略本土化实践》一书之前，我就认真思考过这个问题，于是以“蓝海战略+本土化+实践”的模式来写这本书。这本书也因为让本土企业获得了切切实实的益处而“吸引”了不少读者，才有了今天的小小影响。

近期以来，全世界的营销专业及相关人士都在研究为何“蓝海战略”历时10年不衰反兴？这是因为竞争越来越激烈，大家都想在同质化的竞争中开辟出一片“与产品、价格无关的‘蓝海’”，提高营销回报率，轻松获得财富。这本《集客行动营销》正是一本教你如何打造“企业吸引力”，轻松开辟“蓝海”的好书！

读完《集客行动营销》的原稿，我受益良多，也希望更多人受益。乐为之序！欲了解更多信息，请加黄泰元微信号：brand-doctor

自 序 你以为尽力了，但该做的你都做了吗？ 1

第 1 章 不营销，天上就不会掉业务 1

既然你无法开着没有汽油的汽车从丹佛到希博伊根，为什么还奢望没做一点营销工作就直接实现销售？

问“营销什么时候会引起销售”，就好比往油箱里加油时问“为什么我们还没抵达目的地”一样多余。

多余的问题：营销什么时候会引起销售？ 3

营销时把自己当作客户 4

给客户一千个推荐的理由 5

集客行动营销好比裹了 4 层的墨西哥玉米卷饼 6

一定要先搞清楚营销对象和目标 9

第 2 章 有效的营销与商家自身无关 13

为什么顶级的营销人员总是带着“水桶”而不是“麦克风”出现？

想着“等生意好转之后”才在营销上投资，就如同说“我已经病得快死了，等我感觉好一些再去看医生”一样荒谬？

你的经营模式、盈利模式、配送模式足够好吗？ 14

资金不多，更需要观点引领平台 17

一眼洞穿客户的 5 把钥匙	19
多听，少说	21
不要解释，直接给出解决方案	23
营销信息必须言之有物	24
营销，并非忽悠	25
在客户面前的 9 个曝光度等级	26
客户购买的 50 条理由	26

第 3 章 用潜在客户的语言与之对话 35

最吸引潜在客户的广告文案不是“写”出来的而是“听”出来的？
 如果你想兜售灭火器，首先要让人看到火光。从中你得到什么营销上的启发？
 什么东西比为客户赚钱和节省时间更吸引他们？

建立营销语料库，一劳永逸	36
营销用语的源头活水从哪里来？	39
识别最优客户的 7 个问题	41
同质语言 VS 对话语言	43
营销用语，就该往痛处戳	45
人事、流程和利润：客户最急需解决的 3 大难题	49
金钱和时间都不如控制力更吸引客户	54
客户又懒又忙，你怎么办？	55
清晰，方显专业本色	56

第 4 章 你用专业知识还是用金钱来营销？ 59

专业知识，已经替代了金钱成为最大的营销资本，分享最多价值的人将赢得营销战的胜利。
 一门心思想着如何达成交易，不如多关心如何与受众、读者、追随者和粉丝建立关系。

3P 关系：个性、专业性及公共性	60
------------------	----

争当业界观点领袖	63
不要猜测,直接向客户提问	64
专家要有专家样	67
建立你的互荐团队	70

第5章 信任, 社交媒体营销的永久资产 73

如果你发 50 封电子邮件, 却从不使用签名档就等于浪费了 50 个营销机会。你不会赤身裸体地上街, 那为什么要让你的电子邮件“赤身裸体”地出门呢?

你是否在正确的捕猎场挖了足够多的陷阱、放了让猎物难以抗拒的诱饵, 确保自己在下周、下个月甚至未来几年都不用忍饥挨饿?

聚拢粉丝的“3R”公式: 资源、关系、互惠	74
个性签名就像脸面, 要精心打理	79
你有 IDIOTS 式致命思维吗?	81
I: “自我中心”综合征	82
D: 有所保留地分享信息	83
I: 发布“不请自到”的垃圾信息	84
O: 过度营销	87
T: 只空谈不行动	90
S: 短视	92

第6章 接触和推荐最重要 99

如果营销与产品、价格、需求、竞争以及经济环境无关, 那与什么有关?

以“帮助他人看见”为宗旨的亮视点公司比以“销售更多的太阳眼镜”为目标的竞争对手们更赚钱, 原因何在?

向“女童军”学营销	100
最令客户反感的 10 大行为	102
你不需要任何营销培训	109