

国家彩票公益金资助·大字版

CONTAGIOUS VIRAL MARKETING

人传人才可怕的 病毒式营销

轻松读大师项目部 编

多重渠道大畅销·不可不知的12大营销渠道

病毒式营销·6大原则打造事物流行

教你学会视觉营销·抓住顾客眼球和商机

乔·普利兹教你内容营销6堂课·创造顾客喜爱的信息

中国盲文出版社

好书精读
Master
15'



好书精读
Master
15'

商业新闻出版公司和轻松读文化事业有限公司提供内容支持

CONTAGIOUS VIRAL MARKETING

人传人才可怕的 病毒式营销

轻松读大师项目部 编



中国盲文出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

人传人才可怕的病毒式营销：大字版 / 轻松读大师项目
部编. —北京：中国盲文出版社，2017. 4

ISBN 978—7—5002—7864—1

I. ①人… II. ①轻… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 083472 号

本书由轻松读文化事业有限公司授权出版

人传人才可怕的病毒式营销

编 者：轻松读大师项目部

出版发行：中国盲文出版社

社 址：北京市西城区太平街甲 6 号

邮政编码：100050

印 刷：北京汇林印务有限公司

经 销：新华书店

开 本：787×1092 1/16

字 数：90 千字

印 张：12.75

版 次：2017 年 5 月第 1 版 2017 年 5 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978—7—5002—7864—1/F·146

定 价：43.00 元

销售热线：(010) 83190297 83190289 83190292

版权所有 侵权必究

印装错误可随时退换

出版前言

数字文明为我们求知问道、拓展格局带来空前便利，同时也使我们深受信息过剩、知识爆炸的困扰。面对海量信息，闭目塞听、望洋兴叹固非良策，不分主次、照单全收更无可能。时代快速变化，竞争不断升级，要想克服本领恐慌，防止无知而盲、少知而迷，需尽可能将主流社会的最新智力成果内化于心、外化于行，如此才能更好地顺应时代，提高成功概率。为使读者精准快速地把握分散在万千书卷中的新理念、新策略、新创意、新方法，我们组织编写了这套《好书精读丛书》。

这套书旨在帮助读者提高阅读质量和效率。我们依托海内外相关知识服务机构十多年的持续积累，博观约取，从经济管理、创业创新、投资理财、营销创意、人际沟通、名企分析等方面选

取数百种与时俱进又经世致用的好书分类整合，凝练出版。它们或传播现代经管新知，或讲授实用营销技巧，或聚焦创新创业，或分析成功者要素组合，真知云集，灼见荟萃。期待这些凝聚着当代经济社会管理创新创意亮点的好书，能为提升您的学识见解和能力建设提供优质有效便捷的阅读资源。

聚焦对最新知识的深度加工和闪光点提炼是这套书的突出特点。每本书集中解读4种主题相关的代表性好书，以“要点整理”“5分钟摘要”“主题看板”“关键词解读”“轻松读大师”等栏目精炼呈现各书核心观点，崇真尚实，化繁为简，您可利用各种碎片化时间在赏心悦目中取其精髓。常读常新，明辨笃行，您一定会悟得更深更透，做得更好更快。

好书不厌百回读，熟读深思子自知。作为精准知识服务的一次尝试，我们期待能帮您开启高效率的阅读。让我们一起成长和超越！



目 录

多重渠道大畅销 1

在没有互联网的时代里，只要你擅长某一种营销方法，就可以高枕无忧，然而互联网的到来却改变了这种态势。如今，你必须善用多种渠道才能吸引潜在顾客。倘若你仍旧固守一两种传统渠道，可能就会错失商机。



病毒式营销 53

沃顿商学院的“钢铁教授”乔纳·伯杰，花了近10年时间研究造成事物流行的原因。他认为，只要掌握6大关键原则，不需要花费大笔广告预算，也不需要太多创意，就能驾驭社会影响力，让人们口口相传地谈论你的产品或点子。这6大原则是：社交筹码、触发事件、情感导向、众所周知、实用价值、讲述故事。



教你学会视觉营销 105

用图像说故事是故事营销的高级版。在这个信息爆炸的时代，要吸引顾客注意，除了动人的故事，你还要借助精彩的照片、视频、信息图表或其他视觉元素。留住顾客的眼球，才有机会抓住宝贵商机。



乔·普利兹教你内容营销 6 堂课 151

顾客不在乎你或是你的产品或服务，他们关心的是他们自己。内容营销就是创造顾客热爱的有趣信息，让他们注意到你，并且进一步购买你的产品或服务。乔·普利兹是内容营销概念的传播者，被公认为内容营销运动的发起人之一。他从6个方面详细说明了内容营销：认识撼动人心的内容营销、定义你的利基、选择你的内容营销策略、经营故事创作、营销你的故事、让内容发挥效用。

多重渠道大畅销

Changing the Channel

12 Easy Ways to Make Millions
for Your Business

· 原著作者简介 ·

迈克尔·马斯特森 (Michael Masterson)，创业家，在超过 45 年的职业生涯中成功创办了许多企业。马斯特森著有多部书，包括《赚钱公司养成术》、《立志 7 年做富翁》、《让财富自动流入你的口袋》、《自动变有钱》，以及《千万富翁的告白》等。

玛丽埃伦·特里比 (Maryellen Tribby)，在商界与出版业有 20 余年资历，曾任多家企业的主管；现为《晨呼即起》电子报发行人兼首席执行官，也是《投资快报》和《健康快报》的创办人以及执行发行人。

本文编译：王约

· 主要内容 ·

主题看板	多重渠道营销 / 5
5分钟摘要	重要营销渠道 / 9
轻松读大师	一 不可不知的关键原则 / 11
	二 21世纪企业的12大营销 渠道 / 14
	三 如何进行有力的多重渠道 营销活动 / 46

多重渠道营销

多重渠道营销表示给顾客 1 种以上的方式来购买你的产品，意味着你将相同的诉求通过多种营销渠道传递给顾客。如果顾客没有回应你在某种渠道的促销方案，或许他们对于通过不同营销渠道推出的类似方案会有回应。发展多重渠道通常有以下 3 个原因：

(1) 想积极拓展产品或服务的知名度。对于想大幅扩大市场占有率的产品，多重渠道才能百密而无一疏。

(2) 发展分众营销以区隔市场。当一种产品已高度大众化后，厂商就需要通过分众营销，重新进行产品定位。

(3) 为了更接近目标群体而发展新渠道。买方如果不了解消费者，将很难确切掌握消费者的



行为，所以发展新渠道以就近了解。

维珍集团当初成立维珍网上酒类专卖店时，除了品牌这项资源外，也很懂得运用网络的力量。从建设网站、开辟自动化仓储、处理物流，到设立客服中心，都在3个月内完成，还效法亚马逊网络书店设计了一套“品酒达人”的软件，可以记录、追踪顾客的需求，并在顾客下次上网时，提供更有针对性的酒类信息，并提供多达160家供应商的约一万七千种酒。在初成立时，维珍网上酒类专卖店为了打响知名度，并没有大量购买广告，而是针对维珍旗下所有的顾客，发送出共3万封电子邮件，此举果然吸引了大量的浏览者。到2007年，维珍网上酒类专卖店已吸收超过50万的网络会员。首席执行官罗文·葛姆雷说：“种种迹象显示，英国主流消费者正逐步从传统的葡萄酒商店转向网络商店订购。网上购买葡萄酒与上街购物相比好处多多，不但方便而且价钱更便宜。”



再来看另一家酒类相关产品公司 Wine Enthusiast 与手机厂商合作的广告营销。Wine Enthusiast 原本是由葡萄酒爱好者在 1979 年共同创立的邮购公司，目前营业方式已扩展到批发、零售、直销及网购等。Wine Enthusiast 为了让消费者利用移动电话与平面广告互动，借此建立起长期的联系，同时为刺激购买，特别设计了促销方案：读者只要用手机将 Wine Enthusiast 刊登于报纸上的广告拍下来并传给公司，便可以通过手机得到优惠券。接下来只要在 Wine Enthusiast 消费满 100 美元，便可使用该优惠券得到 15% 的折扣。这个活动不但获得良好反响，而且还让 Wine Enthusiast 借此活动测出不同城市、不同报纸版面的平面广告效益。

关键思维

如果你拥抱多重渠道营销，你立即就会看到你们公司的成长。这样的成长会以闪电般的速度



继续，让你们公司的规模变得比现在大许多。要成长得多大、多快，完全看你。这股潮流非常强大，现在正是好时机！

——马斯特森 特里比