

《超级赚钱策略3.0》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2016年10月01日

开本：16开

纸张：轻型纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787504762603

丛书名：名师智业联盟

编辑推荐

在移动互联网时代，消费特征发生了颠覆性的改变，消费特征的改变既让企业和营销人员拥有更多赚钱的机会，同时也带来了前所未有的营销挑战。本书是一本帮助营销人员了解在移动互联网时代如何运用策略营销，掌握移动营销的策略和方法的书。

内容简介

企业和营销人员刚想尝试在传统互联网汪洋里游泳，移动互联网时代突然汹涌来潮，这对企业和营销人员又提出了新的挑战。如何在移动互联潮水中当好弄潮儿，就需要企业和营销人员了解营销挑战有哪些，然后直面营销挑战。

作者简介

程俊杰 北京立德伟业教育科技有限公司董事长 北京世纪京泰家具有限公司副总经理
北京和丰盛世教育科技有限公司副总裁 北京瑞德天佑科技发展有限公司董事长 著名实战派演说家 企业策划专家咨询方向 公众演说及公众演讲、企业策划、销售咨询、企业培训、青少年教育

目录

目录	
第一章策略3 0：开启移动互联营销新时代策略	
1 0：4P营销策略	
2 0：11P营销策略	
3 0：社会化营销移动互联网时代的消费特征移动互联网时代的营销挑战移动互联网时代的营销策略组合	

第二章策略营销：超级赚钱方法论什么是策略营销策略营销

第一步：赚谁的钱策略营销

第二步：拿什么赚钱策略营销

第三步：谁帮你赚钱策略营销

第四步：谁在和你抢钱策略营销

第五步：用沟通赚钱、省钱策略营销

第六步：品牌建设策略营销

第七步：补充策略目录

第一章策略3 0：开启移动互联营销新时代策略

2 0：11P营销策略

第一步：赚谁的钱策略营销

第三步：谁帮你赚钱策略营销

第五步：用沟通赚钱、省钱策略营销

第七步：补充策略

第三章吸客策略：微利时代的破局术创造独特卖点，哪怕只是为了吸客营销方案不妨加点“娱乐元素”高价值的“免费”更易让客户上门建立你的互荐团队多花点心思在忠诚的老客户身上叫醒沉睡的老客户为客户提供推荐你的理由这些行为会让客户反感

第四章关系策略：把关系当生意做强关系成就生意信任 互动=关系和客户建立真正的对话你的态度决定关系强度用优势体验强化关系言行一定要秉承真实与透明坚守优质内容与分享精神从“客户”到“朋友”，从“交易”到“交心”像挖井一样经营深度关系

第五章内容策略：有价值才能赚钱先治愈“自我中心”综合征毫无保留地分享信息“不请自到”的垃圾信息只会进回收站和客户联系起来的内容更有价值客户更喜欢互动性的内容3个字能说明白，绝不用4个字“标题”值得你花3个晚上思考编辑排版不是一件小事传统媒体与新媒体的选择

第六章价格策略：营销中的隐形说服力一眼洞穿“价格导向型”客户别以为客户真正想要的是低价最佳价格体系：高价格 高价值客户化：由客户定义价值记住！客户有讨价还价的权利永远不要接受客户的第一次还价你负责“比较”，客户负责加价皮格马利翁效应：坚持自己的价格期望用“面子”让客户“上当”

第七章沟通策略：语言就是一切多听少说“营销语库”，让你一劳永逸说故事胜过说优势营销，绝不是忽悠没有客户希望听到“解释”语言钉子要钉在客户痛处不要猜测，直接向客户提问专家语言：逻辑清晰 专业精准客户疲惫？机会来了

第八章口碑策略：放大影响力，提升营销力让客户感到“超出预期”“就是这样”的体验找到客户“最敏感的神经”，然后用心拉客户只为“自己”背书借力“意见领袖”并不是所有传播平台都适合你不断更新口碑话题千万不要忽视“负面口碑”调动一切可以利用的营销资源

前言

前言随着移动互联网技术的成熟，智能手机和移动终端数量的增加，移动互联网时代已悄然来临。在移动互联网时代，消费特征也发生了颠覆性的改变，消费的社交性、位置性、移动性明显增强。消费特征的改变既让企业和营销人员拥有更多赚钱的机会，同时也给他们带来前所未有的营销挑战。营销人员要想在移动互联网时代打赢营销战，就要变革过去的营销策略，掌握更新的营销方法和策略，借助新策略实现营销活动效果最大化，最大限度地将企业产品和服务售卖到消费者心里去。本书是一本帮助营销人员了解在移动互联网时代如何运用策略营销的书。本书由八章组成，第一章主要向读者介绍移动互联网时代的基本概况，让读者意识到要想在移动互联网时代取得营销的胜利，必须掌握相关策略；阅读第二章，读者能够清楚地明白如何进行策略营销并且掌握策略营销的步骤，让移动营销快速落地。第三章到第八章，向读者分别介绍六大营销策略：吸客策略、关系策略、内容策略、价格策略、沟通策略和口碑策略。这六大策略就好比企业和营销人员的六发炮弹，每一发都能将竞争对手打得落花流水，抢夺更大的市场份额。同时每一策略的背后都有一套完整的落地执行方案，这样读者读完后，结合企业自身情况，可以直接将策略应用到企业营销活动中。本书和同类营销书籍相比，时代性更强，完全是根据移动互联网时代的特点、消费特征而编写，能够给读者最真实、有效的营销策略。本书摒弃晦涩难懂的营销理论知识，用平实的语言、生动的例子向读者解释六大营销策略的精髓，便于读者理解，能在最短的时间里使这些策略落地。更重要的是，这本书实践性极强，完全可以作为营销人员的枕边书，即拿即用，快速解决移动互联网时代的营销难题。相信读者仔细阅读本书后，能够掌握移动营销的策略和方法，让自己或企业在移动

互联网时代拥有更大的

竞争力去应付竞争者，获得更多的财富。

前言随着移动互联网技术的成熟，智能手机和移动终端数量的增加，移动互联网时代已悄然来临。在移动互联网时代，消费特征也发生了颠覆性的改变，消费的社交性、位置性、移动性明显增强。消费特征的改变既让企业和营销人员拥有更多赚钱的机会，同时也给他们带来前所未有的营销挑战。营销人员要想在移动互联网时代打赢营销战，就要变革过去的营销策略，掌握更新的营销方法和策略，借助新策略实现营销活动效果最大化，最大限度地将企业产品和服务售卖到消费者心里去。本书是一本帮助营销人员了解在移动互联网时代如何运用策略营销的书。本书由八章组成，第一章主要向读者介绍移动互联网时代的基本概况，让读者意识到要想在移动互联网时代取得营销的胜利，必须掌握相关策略；阅读第二章，读者能够清楚地明白如何进行策略营销并且掌握策略营销的步骤，让移动营销快速落地。第三章到第八章，向读者分别介绍六大营销策略：吸客策略、关系策略、内容策略、价格策略、沟通策略和口碑策略。这六大策略就好比企业和营销人员的六发炮弹，每一发都能将竞争对手打得落花流水，抢夺更大的市场份额。同时每一策略的背后都有一套完整的落地执行方案，这样读者读完后，结合企业自身情

况，可以直接将策略应用到企业营销活动中。本书和同类营销书籍相比，时代性更强，完全是根据移动互联网时代的特点、消费特征而编写，能够给读者最真实、有效的营销策略。本书摒弃晦涩难懂的营销理论知识，用平实的语言、生动的例子向读者解释六大营销策略的精髓，便于读者理解，能在最短的时间里使这些策略落地。更重要的是，这本书实践性极强，完全可以作为营销人员的枕边书，即拿即用，快速解决移动互联网时代的营销难题。相信读者仔细阅读本书后，能够掌握移动营销的策略和方法，让自己或企业在移动互联网时代拥有更大的竞争力去应付竞争者，获得更多的财富。

作者2016年7月

[显示全部信息](#)

在线试读部分章节

在市场竞争如此激烈的环境下，一个人根本无力支撑一个企业的发展，作为经营者，即使能力再强大，也无法维持一个企业的正常发展。他必须依靠员工、用户、系统以及法律，来让企业能够持续不断地发展。

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)