

《行銷人大騙子》

图书基本信息

《行銷人是大騙子》

內容概要

「我不是騙你，我是在說故事！我是藝術，也是誠實的說謊家，行銷的真實謊言，你我都是共犯：我編故事，你自我催眠、並一再轉述。你說，誰才是真正的騙子？」 - - 一個行銷人的告白

「《紫牛》作者高汀最新出擊，豐富案例、綿密與動人筆觸，教你做個高明的說故事行銷人。」 -
- 《出版家週報》

高汀，直觀最犀利的行銷人、全球暢銷書《紫牛》作者最新力作，行銷就是說個動人又真實的故事，讓消費者買帳，並加油添醋地散播出去！如果你的故事無法散播出去，你就會被淘汰。高明的行銷不是訴諸理性，而是訴諸感覺；不談產品特色或優點，而是告訴消費者一個他願意相信的故事，一個能滿足他欲望的想像。人為什麼要對自己說謊？因為我們會就自己將要購買的東西編一套謊言，相信某些東西可以讓自己節省時間、變漂亮或更富有。消費者比任何行銷人都了解自己的死穴，因此他們會說故事給自己聽，以便證明購買的產品確實符合需求。

行銷人憑什麼獲利？因為消費者買的不是必需品，而是能滿足欲望的產品。需求是很實際客觀的，欲望則是主觀又不理性的。本書教你如何順應消費者的要求，根據他們的世界觀，用生動的語彙說他們願意相信的故事。高明的故事必是真實的，真正成功的故事能夠掌握一大群重要消費者的想像力。請注意：如果你的故事不夠真誠，便很容易逾越小謊與欺騙的界線。行銷人員若是太自私、太低俗，濫用專業工具，終究會被消費者識破唾棄。不論你賣的是什麼，不論對象是企業或消費者，要確保事業成長，就必須滿足消費者的欲望而不是需求。

行銷人並不是大騙子！

理由一：消費者買「故事」的帳
消費者買欲望不買需要；買故事不買事實，事實無關緊要，重要的是消費者相信什麼。真正口耳相傳的不是產品創意與特色，而是故事！

理由二：消費者才是大騙子！
人們會為想購買的東西編謊，相信某些東西能讓自己更好，消費者比行銷人更了解自己的死穴，因此會說故事給自己和別人聽，證明自己花錢有理。

理由三：用消費者的世界觀投其所好
要爭取一個人注意，尊重與訴諸其世界觀是最起碼的條件。一般人不喜歡認錯或改變自己的世界觀，而且希望一再被認同，高明行銷人不會改變他人世界觀，而是讓故事符合並實踐消費者的世界觀。

理由四：好的故事通常都是真的
存心欺騙，是為個人利益憑空捏造故事，禁不起市場考驗，一旦揭露就會激怒消費者，讓人感覺上當。說實話，故事才有人相信，才會把故事與人分享，真心誠意說一個能兌現的謊，才能持續打動顧客。

《行銷人大騙子》

作者簡介

《行銷人大騙子》

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:www.tushu111.com