

<<让你的客户找到你>>

图书基本信息

书名：<<让你的客户找到你>>

13位ISBN编号：9787544255974

10位ISBN编号：7544255972

出版时间：2011-10

出版时间：南海

作者：菅谷义博

页数：278

译者：贺迎

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>

<<让你的客户找到你>>

前言

你正在抛弃顾客 我这么写大家肯定会大吃一惊吧？

但以前市场营销的基本观念的确是在“抛弃”顾客。

经济学中有一个被称为帕累托法则的著名理论，也被称为80/20法则。

它是形成“80%的销售额由20%的优良顾客创造”这一观点的基础。

现代市场营销就是以该理论为基础，从而建立了厚待优良顾客，促使其重复消费的结构。

厚待优良顾客当然很重要，但为什么要“抛弃”80%普通顾客呢？

因为沟通需要成本。

20世纪以前，企业与顾客之间是从量制成本的沟通时代。

无论是面谈、电话、直投广告还是以电视广告为代表的大众传播方式……任何一种沟通方式，随着对象顾客的增多，成本也会按比例增加。

销售人员的人工费、通信费以及广告费等经营资源都是有限的，将有限的经营资源尽可能加以有效的分配，并使成本利润比最大化，这是经营者理所当然的想法。

因此，“抛弃”80%的普通顾客，而集中于20%优良顾客的现代市场营销基本战略从此诞生。

零沟通成本的时代 随着网络的出现及其爆发性的普及，这一切都变了。

互联网时代的网络沟通并不是从量制成本。

正常情况下，只要通信量增加，服务器和网络就要增强，因此成本也会增加。

但是通信设备的发展速度远远超过了摩尔定律，网络沟通的高速化和低价化，使得在同等成本下进行更大量的信息交流成为可能。

随着网络和宽带的不断普及，沟通成本已无限接近于零。

网络营销就是在这种背景下产生的。

很多人把网络营销简单地理解为利用网络进行市场营销的一种方法。

但实际上，网络营销使市场营销模式发生了非常剧烈的变革。

在零沟通成本的世界里，已经不需要“抛弃”顾客的旧营销模式了。

网络营销是以所有顾客为对象，并“创造”顾客的新时代营销方法。

什么是长尾法则 想必大家都知道“长尾”这个词吧。

这是从2004年年底起，以美国为中心，开始为人们广泛关注的一个关键词。

这个词的含意可以说是“逆80/20法则”。

在亚马逊网上书店，人们能够购买到的书的数量接近于无限。

而以前，依据80/20法则——20%的畅销书能够带来80%的销售额，在传统书店里，如何把畅销书摆在陈列架上，成了经营能否成功的要诀。

可是在亚马逊网上书店，由于书的数量接近于无限，从而出现了无法适用80/20法则的情况。

由于一年只能卖出几本的非畅销书的数量太多，以至于非畅销书的总销量竟然将高于畅销书。

本书是世界上第一本讲述如何将这种长尾现象纳入到市场营销战略，即建立“长尾战略”的书。

长尾本身只是一种正常的现象，但是如果理解了它的本质，就能够发现以前市场营销存在的问题，找到今后我们应该采取的战略。

此外，传统的市场营销强调“直觉”和“感觉”。

与之相比，本书真正的意图，是最终创造出在理论上能够成立的长尾战略，并使控制销售成为可能。

本书第1章将详细讲述传统的市场营销本质上存在的问题以及产生长尾现象的背景。

第2章说明实施长尾战略时应具备的思维方式，以及如何在理论上利用长尾战略来提高销售额等问题。

阅读了这一章，想必大家对于“提高销售额”这个问题就能够有本质的理解，而且也应该会明白，长尾战略并不仅限于IT企业。

第3章到第9章就实施长尾战略的具体战术，分别从市场营销的各个环节进行说明。

此外，由于长尾战略与IT技术密切相关，因此很好地把握今后的技术动向也是至关重要的。

在我们思考将来的长尾战略时，IT营销方面的最新信息极其重要，本书对此也有所提及。

<<让你的客户找到你>>

在第10章中，为了让大家更具体地理解长尾战略，我选取了现实中长尾型的行业或正在实施长尾战略的几家企业的采访案例，相信在商业技巧方面这些案例能给我们提供很多启示。

在尾声部分，我将介绍对各种战术的效果进行测试的方法。

如果你能读完本书，那么你就能够描绘出在市场营销过程中应用长尾战略的蓝图，还能学到马上可以使用的技巧。

希望大家在商业实战中灵活运用，并取得成果。

<<让你的客户找到你>>

内容概要

在本书中，您将学会：

- *构建贴近顾客的电子商务网站
- *设计长尾型网页，让顾客了解到更多信息
- *使用搜索引擎优化技术，提高搜索排名和网站访问量
- *使用搜索联动广告联盟，提高网站访问量
- *改变电子邮件广告的写法，用书信式邮件提供反馈率
- *如何应对差评

然后，您可以：

- *用长尾理论为自己的业务设计一套畅销的结构
- *使这套结构能够自动化运营

<<让你的客户找到你>>

作者简介

菅谷义博，日本Dotnet旅游信息股份有限公司董事长，日本eMplex股份有限公司顾问，日本网络战略研究会负责人。

1969年生于日本静冈县。

从明治大学法学系毕业后，进入安德森咨询公司（即现在的埃森哲股份有限公司），负责铁道公司基础系统架构等工作。

1996年12月，成立eMplex股份有限公司，就任董事（现任顾问），负责开发大型汽车厂的网络处理系统以及eCRM软件。

2006年10月，成立Dotnet旅游信息股份有限公司，任董事长。

同时担任日本网络战略研究会负责人，为会员提供信息咨询服务。

<<让你的客户找到你>>

书籍目录

前言

第一章 长尾法则

第二章 如何实施长尾战略

第三章 长尾技术

第四章 利用SEO提高销售额

第五章 搜索联动型广告中的长尾战略

第六章 利用博客创造忠实消费者的战略

第七章 提高电子杂志反馈率的战略

第八章 建立赢利网站的战略

第九章 宽带化带来了长尾经济时代

第十章 长尾型企业

尾声 在所有池子里同时钓鱼

后记

<<让你的客户找到你>>

章节摘录

<<让你的客户找到你>>

后记

我周围好几位朋友都出书了，他们在处女作出版后都异口同声地说：“我暂时不想再写了。”

在截稿日来临之时，他们全都通宵达旦地写作，差不多都要哭出来了。

正因为如此，我开始写这本书时，也感到很不安：自己真的能写出数百页的书来吗？

但是完稿后，现在我想的是：“下次写什么主题呢？”

写作时我也有因为思路中断而停下来时，但只有很短的几天，其他时间实际上都是在愉快地工作。

为什么会有这样的差别呢？

是因为我有写作才能吗？

如果是这样当然不错，但是并非如此，是因为我事先学习了“文章写作”和“观点的表达方式”等写作方法。

采用一定的方法可以取得事半功倍的效果，这和销售的道理是相同的。

在企业的活动中，与生产、物流等环节相比，在销售和市场营销中推行高效方法、实现系统化的进展要缓慢得多。

如果把生产比做21世纪，那么销售可以说相当于暗无天日的中世纪。

在今天的销售中，我们仍在使用着上个世纪的关键词，如“禀性”、“才能”、“直觉”、“感觉”等。

我写这本书，是为了将销售与市场营销从这种暗无天日的状态下解放出来。

我这么说好像自己有多么了不起似的，实际上单凭我一人之力，肯定是写不出这本书的。

是众多书籍，还有各位读者给了我灵感，使得本书的思想脉络清晰地浮现出来。

最近，我成立了一家新公司——Dotnet旅游信息股份有限公司，向“社会贡献型”这一较新的商业模式发起了挑战。

Dotnet的定位是一家专业的旅游SNS网站，我们会把部分广告收入捐给发展中国家。

Dotnet的经营完全是按本书中介绍的商业模式展开的，目前员工只有我和一位蒙古国的技术人员两个人。

但是利用网络，我们获得了巨大的市场开发能力和营销能力。

现在的商业经营与企业规模及资本实力的关系已经不那么密切了，重要的是独特的创意以及将创意正确运用于市场的营销能力。

读完本书的你，应该已经具备了这种市场营销能力。

请把你的创意融入市场，如果小公司凭借一个创意超越了大企业，那是多么痛快的事啊！

请想一下Google的例子，当年一位天才技术人员的一个小小创意，现在已经发展成为一股威胁微软公司的巨大力量。

“长尾”这个词不是我创造的。

人们常说词语里有神灵，在此我特别向创造“长尾”这个词的克里斯·安德森先生表示敬意。

此外，向协助我采访的各公司的各位友人，本书出版时给予我很多帮助的东洋经济新报社的工作人员，以及各位读者由衷地表示谢意。

谢谢！

菅谷义博

<<让你的客户找到你>>

编辑推荐

《让你的客户找到你:面向互联网营销的长尾经济学》由菅谷义博编著。

互联网时代，您面对的是一个顾客无限大的群体，而你需要做的，就是将长尾理论与互联网搜索引擎结合起来，让他们找到你！

菅谷义博编著的《让你的客户找到你:面向互联网营销的长尾经济学》是日本排名第一的将长尾理论实战化的网络应营销专著。

无论你是大网站的CEO还是淘宝上的小老板，这本书都是你的必读书！

<<让你的客户找到你>>

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>