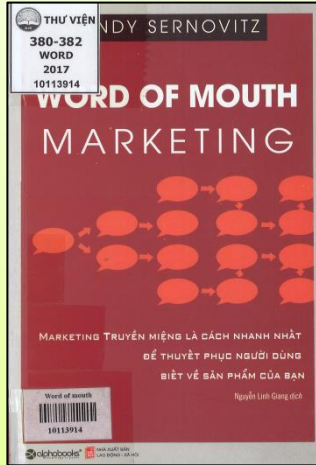


# WORD OF MOUTH MARKETING

Marketing truyền miệng là cách nhanh nhất để thuyết phục người dùng biết về sản phẩm của bạn



Tác giả: Andy Sernovitz; (dịch Nguyễn Linh Giang)

Nhà xuất bản: Lao động - Xã hội

Nơi xuất bản: Hà Nội

Năm xuất bản: 2017

Môn loại: 380-382

Marketing truyền miệng (word of mouth marketing - WOM) là hình thức truyền thông giữa hai bên liên quan tới việc đánh giá sản phẩm, dịch vụ mà không có sự can thiệp của quảng cáo. WOM đang ngày càng trở thành một chiến lược không thể thiếu trong hoạt động marketing của doanh nghiệp.

Tận dụng sức mạnh của WOM, thương hiệu đã biến khách hàng thành kênh tiếp thị cho thương hiệu thông qua chia sẻ trải nghiệm của bản thân. Người nghe sẽ đón nhận thông tin như một lời khuyên, kinh nghiệm của người đi trước chứ không phải một lời chào hàng. Hình thức tiếp thị này không chỉ hiệu quả về chi phí mà còn có khả năng lan tỏa “một đồn mười, mười đồn một trăm”. Nếu như trước kia marketing truyền miệng bị giới hạn bởi khoảng cách vật lý và thời gian thì giờ đây nhờ vào phương tiện truyền thông xã hội, những gì bạn chia sẻ có thể tiếp cận với hàng triệu người dùng chỉ trong vài giây. Với mỗi lượt chia sẻ, đăng lại, marketing truyền miệng mang tiềm năng phát triển theo cấp số nhân.

Được viết bởi nhà marketing hàng đầu, Andy Sernovitz, **Marketing truyền miệng** giới thiệu đầy đủ mọi khía cạnh của marketing truyền miệng qua ba phần chính: *Tìm kiếm người nói - Đề tài ấn tượng - Công cụ truyền tải*. Cuốn sách còn đưa ra các bài tập ứng dụng và các ví dụ minh họa cho những thành quả mà các thương hiệu hàng đầu trên thế giới đã thực hành và đạt được thành công vượt trội.

Nội dung cuốn sách gồm 2 phần:

*Phần I: Các khái niệm cơ bản*

*Phần II: Làm như thế nào?*

**Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!**