

<<心理营销>>

图书基本信息

书名：<<心理营销>>

13位ISBN编号：9787030204844

10位ISBN编号：7030204840

出版时间：2007-11

出版时间：科学出版社

作者：匠英一

页数：169

译者：陈刚

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>

<<心理营销>>

内容概要

心理营销是以心理学、经济学、社会学和文化人类学为理论基础的边缘性应用学科。本书针对经济发展新形势下种种新需求，对整个营销过程中的所有参与者的心理与行为产生、发展和变化的规律进行了探讨和研究，并告诉读者如何采取有效的心理策略，在满足各类顾客物质需要的同时，还能更好地满足其心理需要，从而获得更大的营销效益。

本书图文并茂，内容浅显易懂，容易掌握。

本书适合各行业营销人员、企业经理及对心理营销感兴趣的读者阅读，同时也可作为市场营销专业学生的参考书。

<<心理营销>>

作者简介

匠英一，好莱坞数码大学数字交流学院教授，1955年生于日本歌和山市。曾就读于东京大学研究生院教育学研究专业，后转入东京大学研究生院医学部，获硕士学位。1990年创立认知科学研究所，之后担任多家企业的顾问、CRM协议会理事，早稻田大学客座研究员。现在，在继续兼任好莱坞数码大学教授的同时，任职于HUECOM公司，旨在将认知科学的研究成果应用于市场管理。

另外，他还活跃在杂志、演讲、电视谈话等很多领域。

他的主要著作有《大众心理学》（成美堂出版）、《科学认识“意识机制”》（PHP研究所）、《第六感之谜》（河出书房新社）、《CRM入门》、《顾客与市场管理》（译著，东洋经济新报社）等。

<<心理营销>>

书籍目录

第1章 顾客心理与营销活动1.心理营销的发展历程2.“认知模型”和“心理模型”3.不自觉购物行为的认知学解释4.掌握从购物动机到销售方法的全过程5.真正重要的是顾客在享受服务时感到满足的心理6.了解、知道消费者的购买欲7.抓住顾客难以决定买或不买时的心理，确定销售方法8.“节日气氛”催生强烈购买欲9.让顾客的心理产生良性循环第2章 基于顾客心理的“商品策划”10.从隐喻到策划构想11.活用隐喻的商品策划1.捆绑商品12.活用隐喻的商品策划2.饭店的菜单设计13.活用隐喻进行商品策划的要点14.活用隐喻法时设定创意的启发15.结合自我意识进行商品提案16.顾客自主化的商品的特征17.有人写的字看起来圆圆的，它们给人一种可爱的印象18.按商品功效进行分类19.设计顾客需求调查时的要点20.在做需求调查时“怎么样”比“为什么”更重要21.把促进“意识化”的方法用于需求调查22.问卷调查的陷阱第3章 基于顾客心理的促销方法23.在店里摆出的是高档货而非廉价品则更能促进销售24.依次陈列商品是有道理的25.使用“约翰·哈里之窗”考虑销售方法26.扭转顾客对商品的看法、视点的方法27.得到消费者认可28.促销时活用转换思维的方式29.旺铺的必备条件是进深长和光线明亮.....第4章 基于顾客心理的“销售方法”第5章 提高顾客满意度的方法第6章 能给人留下印象的广告第7章 针对男女顾客的促销方法各有不同译者跋

<<心理营销>>

编辑推荐

一直以来，以旧有的行为主义为代表的心理学为基础的市场和顾客分析，因为需要过多地考虑各种市场和顾客的需要，因而有其限制性的一面。

而随着"创造性的顾客对应和商品策划"和"不被他人关注的切入点和视角"的可行性，心理学在市场营销上的应用正在受到广大的关注。

本书采用了称之为心理学综合知识的认知科学，深入浅出地解说了市场营销，并在此基础上，通过介绍众多的应用实例讲述了实践性的心理学市场营销。

本书针对一般营销人员,企业管理者,营销专业的学生。

<<心理营销>>

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>