

<<营销心理学基础>>

图书基本信息

书名：<<营销心理学基础>>

13位ISBN编号：9787030361257

10位ISBN编号：7030361253

出版时间：2013-1

出版时间：葛蕾、李青 科学出版社 (2013-01出版)

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>

<<营销心理学基础>>

内容概要

<<营销心理学基础>>

书籍目录

前言 导论 走进营销心理学 模块一 消费者的个体心理与营销活动 第一章 消费者的心理过程与营销活动 第一节 消费者的感知觉与营销活动 第二节 消费者的注意、记忆与营销活动 第三节 消费者的想象与营销活动 第二章 消费者的情绪、意志与营销活动 第一节 消费者的情绪与营销活动 第二节 消费者的意志与营销活动 第三章 消费者的个性心理与营销活动 第一节 消费者的购买动机与营销活动 第二节 消费者的气质、性格与营销活动 模块二 影响消费者心理的因素 第四章 社会因素对消费者心理的影响 第一节 社会文化因素对消费者心理的影响 第二节 社会群体因素对消费者心理的影响 第三节 不同类型的消费心理差异 第五章 商品因素与消费者心理 第一节 商标设计与商品包装心理 第二节 商品价格心理 第三节 广告心理 第六章 销售场景与消费心理 第一节 商场外部设计与消费心理 第二节 商场内部设计与消费心理 第三节 网络营销与消费心理 模块三 营销人员心理 第七章 营销人员的心理素质 第一节 营销人员应具备的心理素质 第二节 营销人员心理素质的培养与训练 第八章 营销人员的销售活动与消费者心理 第一节 销售人员的仪表素质 第二节 现场销售与售后服务消费者的心理 第三节 消费者拒绝购买态度的转变 参考文献

章节摘录

版权页：插图：延伸阅读 回忆中的营销金矿在物质营销时代渐渐远去，情感营销成为市场主流后，我们越发地能够从出售精神属性产品中获。

消费者也越来越看重从购买物品中获得心理满足、情感表达与代表购买者身份、地位、等情感因素。在这些感性因素中，有一种很难被主动察觉，但却强如火山一样潜伏着的情感需求，它需要提醒，需要引领，需要点燃。

它就是回忆。

卖价格，不卖商品本身，卖的是商品上承载的回忆，这种以物理属性商品为载体，销售其所包含的感性内涵——回忆，或以回忆为焦点，引起关注与共鸣，继而促销产品的营销方式，笔者将其定义为“回忆营销”。

回忆营销有很多挖掘的角度与应用层面，对其进行梳理与了解，能让人们看清这种奇妙感性营销的全貌，如何实际应用到市场营销活动中。

一、集体的和个体的 广义的回忆分为集体回忆与个体回忆。

集体回忆是在一个群体中，大家对曾经一起共享、构建和传承的事物的共同回忆。

在经历了一段时间后，在特定环境与行为的引导下，这段记忆被唤醒，当事人则会产生强烈的共鸣、认同及超乎想象的热情。

应用到市场中，则是一股强大的销售推动力。

这种集体回忆的召唤需要一些载体或道具，如纪念馆、纪念碑就是一种召唤集体回忆的形式与载体，这其中包含了一个国家、一个民族的集体回忆，在它们面前，能唤起我们集体的共鸣。

而更为广泛的集体回忆叫做社会性回忆，这种社会性的集体回忆包括曾经一起参与的流行风潮、一起参与过的劳动、一起居住过的地方等。

集体回忆是岁月中流淌的情感，是大家曾经的心思的凝聚。

集体回忆的力量是强大的，与营销活动的有效结合可以为我们带来惊人的销售力。

香港一家名为G.O.D.的连锁商店专门出售怀旧产品——曾经的痰盂、果盘等生活用品；20世纪80年代风行全国的大白兔奶糖等食品；中山装、前进帽等服饰。

这些产品价格都很贵，但是买的人却不少，因为他们买的不仅是一件具有实用功能的商品，更是在购买以这些商品为载体的集体回忆。

前面讲到的是集体回忆，现在谈谈个体回忆。

当前市场不断细分，个性化定制成为消费的新宠。

那么，感性产品的个性化定制——专属回忆市场，是否成立呢？

答案是肯定的。

例如，照相机与照片冲印店就在这个市场的范畴。

但随着多媒体技术与科技的发展，专属回忆市场远远不止如此，按照这个思路去挖掘，可以创造出无限的可能与广阔的市场。

美国有一家帮助顾客制造和保存专属回忆的公司。

顾客可以把自己想保存的东西存放在这家公司能够抵抗地震的保险柜中，一些容易腐败变质的东西也可以存放在这家公司的特殊冷冻柜中。

除了保存回忆，他们也帮助顾客创造回忆。

例如，搜集到顾客生日或重要纪念日当天发行的报刊和顾客出生时所在地的照片、视频等；帮助记录婴儿的第一声啼哭，制造与记录浪漫的约会与婚礼等。

在这家公司的帮助下，顾客可以保存大量的回忆，当若干年后“取出”这些回忆，谁能说这不是一笔财富呢？

<<营销心理学基础>>

编辑推荐

<<营销心理学基础>>

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>