

<<情感营销>>

图书基本信息

书名：<<情感营销>>

13位ISBN编号：9787301133132

10位ISBN编号：7301133138

出版时间：2008-1

出版时间：北京大学出版社

作者：李光斗

页数：200

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>

<<情感营销>>

内容概要

这是一个情感经济的时代，情感正在创造财富，情感正在创造品牌，情感正在创造一切。

情感营销时代，企业要摒弃饮鸩止渴式的价格战，创造“魅力产品”，营造“情感品牌”，进行“友好营销”。

情感营销时代，企业要尽其所能打动既是“理性的卫道士”，又是“情感的俘虏”的消费者，使其对品牌“一见钟情”、“不往情深”。

在这个情感经济的时代，真正的行业翘楚不是在资产排行榜上，而是在消费者的心中，情感营销将成为这个时代最有效和最持久的营销战略。

<<情感营销>>

作者简介

李光斗，著名品牌战略专家，品牌竞争力学派创始人，李光斗品牌营销机构创始人，中央电视台品牌顾问，中央电视台《对话》、《商务时间》节目特邀嘉宾。

李光斗出身于市场营销第一线，参与并策划了中国VCD大战和乳业营销大战，被评为影响中国营销进程的25人之一，并任北京大学、清华大学、上海交通大学EMBA品牌学特聘教授，李光斗自1990年开始从事市场营销和广告策划工作，先后担任伊利集团、蒙牛乳业、广日电梯、民生药业、古越龙山、招商银行、交通银行、长虹、德尔惠、喜临门集团等全国数十家著名企业的常年品牌战略和营销广告顾问，亲历了改革开放后中国品牌发展的历程，具有丰富的广告和市场营销经验，荣获“中国策划业12年杰出功勋奖”。

<<情感营销>>

书籍目录

第一章 情感营销时代的到来 第一节 情感——人比计算机的优越之处 第二节 营销就是和消费者谈恋爱 第三节 营销：从“实力派”和“偶像派” 第四节 营销从理智到情感的变迁第二章 “情感”催生“魅力产品” 第一节 “体验”，拉近产品与消费者的距离 第二节 “互动”，为产品添加“参与的乐趣” 第三节 “感情”，俘虏消费者心智的力量 第四节 “依赖”，让消费者爱上就离不开第三章 让品牌与消费者成为好朋友 第一节 品牌为产品附加“承诺价值” 第二节 品牌与消费者建立“关系” 第三节 让品牌成为消费者的“偏爱” 第四节 品牌与消费者自我实现 第五节 品牌让消费者产生依赖第四章 营销就是要“俘获人心” 第一节 态度决定一切——态度营销 第二节 不做无名英雄——可感知营销 第三节 声色味形香的极致运用——体验营销 第四节 营销因故事而生动——故事营销 第五节 圈子里的故事——亚文化群体营销第五章 消费者对广告的感情决定广告效果 第一节 记忆打上情感烙印 第二节 情感控制着人对广告内容的接受程度 第三节 情感是连接高度记忆与理解的纽带 第四节 消费者喜爱广告，就会购买产品吗 第五节 恶俗广告无法撑起品牌的明天第六章 企业与消费者的价值认同 第一节 良好的企业形象可以促进消费者对品牌的感情 第二节 企业行为促进消费者对企业的认同 第三节 良好的企业理念推动消费者的谁知第七章 如何进行情感营销 第一节 情感策略 第二节 情感产品 第三节 情感广告表现 第四节 情感媒介 第五节 情感终端附录 李光斗语录 洞悉市场营销奥秘的金玉良言

<<情感营销>>

章节摘录

第一节 情感——人比计算机的优越之处人的大脑总是倾向情感，而不是理智。

情感是人类生活中永恒的主题，是维系一切人与人之间关系的基础。

情感是架设在人类需求和行动之间的桥梁，是主导消费者购买行为的统帅。

世界冠军与电脑的较量上世纪末，IBM公司研制的“会下棋的计算机——深蓝（Deep Blue）”与连续夺得11年世界冠军的卡斯帕罗夫进行了一场“世纪人机大战”国际象棋比赛。

卡斯帕罗夫与深蓝进行了三局比赛，结果第一盘计算机胜，第二盘卡斯帕罗夫胜，第三、四盘和棋，第五、六盘再由卡斯帕罗夫胜，结果卡斯帕罗夫以三胜两和一负的成绩取得胜利，并赢得了50万美金的奖金。

“深蓝”是IBM公司于1995年研制成功的“会下棋的计算机”，每秒可思考2亿步棋或500亿个棋位。

比赛结束后，卡斯帕罗夫说道：“同深蓝对弈比我原来想象的要难得多，它简直滴水不漏，步步为营。

”可以与连续11年夺得世界冠军的选手互有胜负，并且让世界冠军在赛后大为赞赏，这说明了IBM深蓝计算机的“智商”之高。

但15个月后，经过改进的“深蓝”（此时已升级为Deeper Blue，意为“更深的蓝”）终以3.5比2.5战胜了卡斯帕罗夫，报了“一箭之仇”。

这场胜利也成为人工智能、计算机发展的重要标志。

从理论上讲，人与计算机下国际象棋的胜算并不大，因为计算机在输入特定的程序语言之后，完全按照预先输入的棋谱执行，计算机没有情感，不会“冲动”，不会“意气用事”，计算机完全按照程序逻辑去下棋，计算机不犯错误，一定不会出“昏招”。

因此，即使是连续夺得11年世界冠军的卡斯帕罗夫，也会败走麦城。

但是，如果让人和计算机比谈恋爱呢？

人的胜算恐怕要大得多！

<<情感营销>>

编辑推荐

《情感营销》教你如何让消费者爱上你的品牌。

<<情感营销>>

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>