

<<消费心理分析>>

图书基本信息

书名：<<消费心理分析>>

13位ISBN编号：9787501709274

10位ISBN编号：7501709270

出版时间：2006-5

出版时间：中国经济出版社

作者：冯章

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>

<<消费心理分析>>

内容概要

本书共分为掌握消费者的认知过程、投其所好：抓住消费者的心、消费者的意志：导致购书行为的关键一步、了解购买行为的基本模式、新产品购买和重复购买以及社会阶层、团体和文化是影响购买行为的重要因素六大部分。

本书条理清楚，观点明确，所介绍的方法非常实用，极具操作性。

不了解消费者的心理和行为，就无法解释这一问题。

本书正是为解决这一难题而创作的。

全书共有8章，基本上可分为两大部分，第一部分为您详细介绍了消费心理的三大过程即认知过程、情感过程和意志过程；购买行为和模式；新产品购买和重复购买；阶层、团体和文体对消费心理的影响；以及售后消费心理和行为（包括第1-6章；第8章），第二部分（第7章）是营销对策。

即根据上述顾客的消费心理、行为而采取的营销策略。

包括在产品的设计、商标、价格、包装、销售终端方面如何满足消费者各种不同的心理和习惯。

本书条理清楚，观点明确，所介绍的方法非常实用，极具操作性，是企业各级管理人员、技术工作者，管理顾问和咨询专家，大专院校经济管理和心理学师生的最佳读物。

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>