



## <<感悟：顾客体验型公司成功的奥秘>>

### 内容概要

对消费者行为的理解是营销成功的基础。

市场营销人员必须理解他们的消费者是如何看待、感受和思考市场的。

本书以生动有趣的例子、插图和表格来阐释消费者行为学的有关概念，清晰地展示了消费者行为与市场营销之间的密切联系，生动地解说了消费者行为学中的原则、概念在实践中。

书籍目录

- 第1章 绪论：理解消费者是营销制胜的起点
- 第2章 知觉：像消费者那样看世界
- 第3章 动机：什么使消费者如此痴迷
- 第4章 学习和记忆：我怎么也忘不掉那首歌
- 第5章 态度及其变化：我就是想买下它
- 第6章 个性与自我观念：购物行为反映个性
- 第7章 小群体和口碑营销：嗯……我想知道我朋友的想法
- 第8章 亚文化：物以类聚，人以群分
- 第9章 文化：常在河边走，哪有不湿鞋
- 第10章 消费者决策过程：富于逻辑、合乎理性的决策……非也
- 第11章 “如何蒙蔽消费者”，“买者自鉴” 注意，这样很危险

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>