

<<让创意更有黏性>>

图书基本信息

书名：<<让创意更有黏性>>

13位ISBN编号：9787508642796

10位ISBN编号：7508642791

出版时间：2014-1-8

出版时间：中信出版社

作者：[美] 奇普·希思,[美] 丹·希思

译者：姜奕晖

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>

<<让创意更有黏性>>

内容概要

你或许相信在太空中唯一能看到的人工建筑就是万里长城，可乐能腐蚀人体骨骼，我们的大脑使用了10%；与此同时，你却记不得上周例会上领导的安排，昨天看过的那本书里写了什么，上次参加培训的主要内容……

为什么？

这就引发出《让创意更有黏性》的核心问题：什么样的观点或创意具有强有力的黏性，能被他人牢牢记住？

国际知名行为心理学家希思兄弟根据大量的社会心理学研究案例，揭示了让创意或观点具有黏性的六条路径简单、意外、具体、可信、情感和故事。

简单：精炼核心信息

意外：吸引维持注意

具体：帮人理解记忆

可信：让人愿意相信

情感：使人关心在乎

故事：促人起而行动

《让创意更有黏性》自出版之日开始就风靡多国，6年来高踞亚马逊畅销书排行榜，是《纽约时报》的经典畅销书。

不管是需要说服下属的公司主管，还是需要打动客户的销售，抑或需要打造直抵人心创意的广告人，各行各业的人都可以从中找到表达创意或观点的最具黏性的方法。

<<让创意更有黏性>>

作者简介

奇普 希思 (Chip Heath), 斯坦福大学商学院组织行为学教授。
与丹 希思共同著有全球畅销书《决断力》(Decisive)。

丹 希思 (Dan Heath), 杜克大学社会企业发展中心高级研究员, 前哈佛商学院研究员, Thinkwell (思睿) 新媒体教育公司创办人之一。

<<让创意更有黏性>>

书籍目录

前言 黏性如何产生

01 简单：核心精练信息

02 意外：吸引维持注意

03 具体：帮人理解记忆

04 可信：让人愿意相信

05 情感：使人关心在乎

06 故事：促人起而行动

结语 黏性如此产生

附录1 黏性建议

附录2 便捷指南

附录3 章节注释

<<让创意更有黏性>>

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>