

<<情感营销技能案例训练手册>>

图书基本信息

书名：<<情感营销技能案例训练手册>>

13位ISBN编号：9787563919178

10位ISBN编号：7563919171

出版时间：2008-6

出版时间：邓明新 北京工业大学出版社 (2008-06出版)

作者：邓明新 编

页数：360

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>

<<情感营销技能案例训练手册>>

内容概要

情感营销是什么？

情感营销，是指通过心理的沟通和情感的交流，赢得消费者的信赖和偏爱，进而扩大市场份额，取得竞争优势的一种营销方式。

即在产品相对成熟阶段，在品牌的核心注入情感，增加品牌的核心情感能量，辅以产品在稳定上升的过程中有爆发式的增长。

系统的理论知识，详尽的案例解析，生动的训练游戏……本书将为读者勾勒出一个立体的、精彩的情感营销大画面！

<<情感营销技能案例训练手册>>

书籍目录

第一章 消费者情感分析主题1 消费者情感特征主题2 消费者情感需求主题3 消费者情感选择标准主题4 消费者情感感知主题5 消费者的消费偏爱主题6 消费者情感体验主题7 情感营销的关键环节主题8 情感营销的要素构成第二章 构建情感营销体系主题9 分析消费者认知效应主题10 选择情感营销诉求点主题11 构建情感激发模式主题12 构建情感价值模型主题13 确定情感营销传播策略主题14 认知情感构建模型主题15 构建情感交流体系主题16 构建情感识别系统第三章 消费者情感激发主题17 情感信任基础主题18 创造情感价值主题19 着力于价值诉求主题20 关注消费者意愿主题21 激励消费者的消费欲望主题22 促成客户体验选择主题23 改变消费者心境主题24 改变消费者评价主题25 唤起消费者情感第四章 情感营销策略选择主题26 情感设计主题27 情感产品主题28 情感包装主题29 情感价格主题30 情感服务主题31 情感促销主题32 情感品牌主题33 情感公关主题34 情感广告第五章 情感营销管理主题35 预测情感反应主题36 情感说服与理性吸引主题37 培养市场诚信形象主题38 打造品牌情感价值主题39 消费者情感忠诚管理主题40 员工情感营销执行管理主题41 俱乐部情感营销管理主题42 数据库情感营销管理主题43 专卖店情感营销管理主题44 联谊会情感营销管理

章节摘录

第一章 消费者情感分析主题要点情感是人对客观事物是否符合自己的需要而产生的态度体验。它对人的行为具有调节作用，并通过表情（体态）外显而具有信号的作用，情感还具有感染作用。情感的两个基本特征。

人的情感具有许多区别于其他心理活动的特征，最重要的特征包括情感的两极性和情感的情境性。情感的两极性是指人的任何一种情感都可以找到另外一种和它在性质上恰好相反的情感，如满意与不满意、欢乐和悲伤、热爱与憎恨等，这就是情感的两极性。

在两极之间，还有一系列不同程度、不同色彩的情感，如“喜”的情感从愉快到狂喜，“怒”的情感从微愠到暴怒。

两极情感也会互相转化，如乐极生悲、破涕为笑等。

情感的情境性是指人的情感总是在一定的情境中产生，例如，在洋溢着快乐气氛的情境中，一个人就会产生快乐感；在充满悲哀的情境中，一个人就会产生悲哀感，这就是情感的情境性。

因此，触“境”往往生“情”，要避免消极的、不愉快的情感，就应注意避免有关的情景刺激。

影响消费者情感的因素。

影响消费者情感的因素有：商品本身，包括商品的质量、包装、品牌等；购物环境，如销售店面的外观、销售人员的态度、整个卖场的氛围等；消费者的心理准备，例如，对于北京成功申办2008年奥运会使得房地产市场随之升温，消费者已是早有心理准备。

<<情感营销技能案例训练手册>>

媒体关注与评论

主要特点：详细阐述技能的操作精髓案例指导：深入分析主体的经典个案案例训练：掌握成功的技能提升方法行动建议：提供技能实战的模拟练习提升建议：引爆个人潜力的行动方案

<<情感营销技能案例训练手册>>

编辑推荐

《情感营销:技能案例训练手册》为营销工作者量身定制的学习手册，系统地阐述了实施情感营销工作所必需掌握的战略、技能，集学习性、生动性为一体，帮助营销人员快速掌握情感营销工作的真谛，打造一个全新的营销领域。

<<情感营销技能案例训练手册>>

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>