第一图书网, tushu007.com

<<客户如何思考>>

图书基本信息

第一图书网, tushu007.com

内容概要

萨尔特曼阐述了一些著名公司是如何“挖掘”那些无意识思想并取得非凡成就的。
同时，他还介绍了一些全新的工具和技术，这些工具和技术将使市场人员如虎添翼，包括：开发一些能够触及大脑潜意识的调研问题。
用比喻的方法使品牌在推介过程中深入客户内心。
衡量消费者对市场刺激的反应并相应地更换广告和定位策略、建立“市场心理共识”，以反映不同细分市场的共同思想，并用于提升客户满意度和忠诚度。
理解营销人员自身的思维方式，并理解怎样才能以创新的方式进行思考。

作者简介

杰拉尔德·萨尔特曼是哈佛商学院工商管理学院教授，哈佛大学心智行为计划发起者，奥尔森·萨尔特曼协会研究咨询公司合伙创立者。
在美国市场营销协会的各种调查中，萨尔特曼被评为市场营销学五大顶级学者之一，而且他的论文在市场营销类论文中引用频率最高。
他还获得过

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

前言第一部分 为远行而准备 第1章　从熟知领域起航 第2章　向新的领域进军第二部分 参透市场心理 第3章　对市场心理的初步说明：消费者认知的潜意识性 第4章　对心理/大脑的透视 附录4A 隐喻诱导过程 第5章　对心理/大脑的调查：潜伏期反应与神经映像 第6章　对心理的再思考 第7章　参透市场心理：市场共识的运用 第8章　记忆的脆弱易变性 第9章　记忆、比喻和经历 第10章　品牌和品牌故事第三部分 多角度深层次的思考 第11章　创造性思维的魔棒 第12章　有效的答案来自合格的提问 第13章　向新的心理体系出发译者后记

第一图书网, tushu007.com

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