

<<每天要懂的消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<每天要懂的消费心理学>>

13位ISBN编号：9787119065830

10位ISBN编号：7119065831

出版时间：2010-8

出版时间：外文

作者：跃青

页数：233

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>

<<每天要懂的消费心理学>>

前言

消费始终伴随生命的进程——从摇篮到墓地，但是消费心理学却不是每个人都懂。

贴上9.9元的东西一定比标价10元的商品卖得火吗？

商场的试衣镜为哈要斜着放？

为什么人们去逛街的时候，走的路线不一样，购买的商品就大不同呢？

为什么售货员总是对你说“咱们”？

这些问题你可能早就注意过了，但是你明白其中的道理吗？

其实这就是消费心理学的内容。

《每天要用的消费心理学》，为你揭开这些消费中的小秘密！

一般情况下，人们对于与心理学挂钩的东西总是避而远之、讳莫如深，很多人会把它与“神秘”、“深奥”、“难懂”等词语联系在一起，因为人的心理千变万化。

它就像一个调皮的精灵，它存在于日常消费中的时时处处，却又总是和人们捉迷藏，以至于人们对它熟视无睹。

但通过大量的试验以及经验的总结证明，人类的心理活动仍然是有一定规律的，事实上人们对心理现象都很熟悉，只不过缺乏科学的理解，觉得神秘罢了。

<<每天要懂的消费心理学>>

内容概要

为什么服装店的镜子要斜着放？

为什么商场里的导购员总是说“咱们”？

为什么你总觉的别人买到手的東西比你便宜？

为什么女性不买东西也喜欢逛商场？

为什么超市里的口香糖摆在收银台旁？

你明白这些奥秘吗？

你是否意识到其后的心理动因呢？

…… 消费，每天都避免不了。

每天看一点，你会发现，成为购物达人如此简单！

<<每天要懂的消费心理学>>

书籍目录

第一章 消费中的情感心理学 女人为啥爱逛街 整容上瘾为哪般 你是怎样成为购物狂的 帮你戒掉冲动购物的“瘾” 你的诚实行为会受道德情感的约束 情感依托让女人比男人更爱旅游 为什么有些人不易受广告影响 消费习惯相反更易成为夫妻 为什么退休后反而买大房子 都知选礼品难，为什么不直接给钱 我们为什么会花钱买惊吓 逆反心理让我们偏不买 选择越多，我们越难以选择 买名牌其实是一种自我认同 安全感是人们热衷于购房的重要原因 为什么别人买到的更便宜 电梯平面电视广告为什么不被排斥？

为什么最后你买的还是第一眼看到的第二章 消费中的博弈心理学 为什么商家喜欢打出“最后”通告 套装礼物为什么卖得好 “沙子”换“金子”的智慧 酒吧花生米为什么免费 你为什么会留下“试用”产品 为什么我们会在差的物品上花更多的钱 同样是畅销，定价标准却相反 为什么商品的价格提高反而卖得更好 微小让步，会更容易成交 为什么气球不送给老人 儿童消费的普遍心理 偏好逆转的秘密 广告元素的情感牌 先看西服，还是先看衬衫 你中了“中杯效应”的计吗 用新招吸引人们的好奇心 有时优缺点均讲更有利 “承诺和一致原理”引导消费者自我说服 “看上去很美”并不可靠第三章 消费中的概念心理学 持卡人的百态心理 刷卡消费“心不疼” 宠物消费需要成熟和自律心理 与文化消费相比，人们更倾向于物质消费 是不是凡是孩子的消费就让你失去理性 自由选购会让你消费更多 为何情人节玫瑰很贵仍有很多人买 岁末大降价背后有隐忧 “边际效用”与物以稀为贵 饮食消费中的阶层差异 AA制反而让每个人消费的更多 为什么超市的瓶装饮料比普通店的要贵一些 电影院的爆米花为什么卖得贵 买套票，让你漏掉了什么第四章 消费中的崇拜心理学 为什么国货不敌洋货 电视购物广告瞄准消费者心理 天价货，卖的是什么 天价号码源于数字崇拜 为何期望顾客获悉自己的电视广告 名牌效应影响消费者购买选择 为什么商家多用明星做代言 为什么广告恶俗，产品依然畅销 影响网上购物的心理学分析第五章 消费中的从众心理学 广告中的性暗示迎合消费者心理 为什么没有更多人穿粘扣带的鞋子 教育消费心理的非理性倾向 “尝试”让购买变得更容易 人为什么经不住排队的诱惑 商家为什么不愿意多开放收银台解决排队第六章 消费中的求廉心理学 为什么许多人爱买打折商品 “小财心态”引导意外消费 为什么很多人爱讨价还价 “打响”讨价还价的心理战 你是不是爱买价格以结尾的商品 “免费续杯”的吸引力 “原始价格”干扰你买了不适用的物品 你为什么买了自己并不需要的东西 你会在过去的投入上花费多少气力 反季节旅游为何会兴起 一元店为何生意红火第七章 消费中的攀比心理学 什么女人愿意忍受高跟鞋带来的不适感 频繁更换手机背后的心理需求 被物欲喂大的儿童消费胃口 为啥女人总嫌化妆品贵却还是要买 奢侈品消费怪圈——只买贵的，不买对的 莫让人情消费成负担 为什么总觉得别人先买下的衣服是最漂亮的第八章 消费中的环境心理学 为女装店要找个“好位置” 商场试衣镜为啥斜着放 超市的布局激起顾客“潜在的消费” 购物路线影响你所购的商品 女装为何比男装楼层高？

为什么超市的口香糖紧贴收银台 音乐促进了你的购物欲望 气味营造的消费者购物氛围 “秒钟定律”与产品色彩 商场温度与顾客购物欲 橱窗设计对顾客心理的把握 为什么售货员在销售东西时总是称“咱们” 服务态度对消费者的影响有多大 碰触，让你在商店待得更久 微笑服务会让你消费更多 卖场内部环境设计中的色彩心理学第九章 消费中的智慧心理学 打折与返券，你选哪个 “零钱效应”与消费习惯 旅游消费中的“心理陷阱”你躲得过吗 为什么意外之财会使人产生不可思议的行为 是什么让你不断购买彩票 钱和钱是不一样的 股票与赌博中的“控制错觉”

<<每天要懂的消费心理学>>

章节摘录

插图：世界上有什么是女人最钟爱而男人最痛恨的，答案是：“逛街”。

这也是两性心理差异的典型体现。

为什么会造成这种差异呢？

女人想从逛街中得到什么呢？

一般来说，女性逛街，会从中体验到一种心理满足感，即使没有购买行为，也能享受这一体验。

过程满足感从心理学的角度讲，女性购物是为了享受过程，而男性购物则是为了达到结果。

女人逛街的乐趣在于走过各种各样的柜台，在并不是预先想买的商品中翻看，问了价却不掏钱。

这对于买东西直来直去的男性来说是一种最大的心理折磨。

所以男人陪女人逛街时问得最多的一句话是，你到底是想要买什么？

这种购买模式，对于女性的心理健康是很有好处的。

其实，这是许多女性共同的心理活动，在心理学上称为“知晓心情”，也就是说，女性获得满足感并非要通过购物这个结果来实现，了解商品的价格、品质也同样能给女性带来满足感。

商场里的商品比如珠宝、服饰，通过灯光的烘托，合理的搭配，都显得很美。

女性爱逛商厦的一个很重要的动机，就是去欣赏这些美，从而体验到一种赏心悦目的快乐感。

另外，有的女性借着触摸物品等活动来消除心中的郁闷，即使不购买，她们也会有一种拥有感。

认同满足感女性喜欢逛商场，还出于一种“群体认同心理”。

她们在单位、家庭、学校等环境中，所接触的多半是男性，常常是绷紧提防之弦。

而在商场里，所见到的大部分为女性。

虽然彼此不发生言语交往，但却可以通过共同的行为来达到间接的交往，从而获得一种快乐而轻松的心理。

<<每天要懂的消费心理学>>

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>