

<<引领消费十步曲>>

图书基本信息

书名：<<引领消费十步曲>>

13位ISBN编号：9787121017094

10位ISBN编号：7121017091

出版时间：2006-1

出版时间：电子工业出版社

作者：迈克尔·R·所罗门

页数：217

字数：220000

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>

<<引领消费十步曲>>

内容概要

当今世界的竞争是品牌的竞争，消费者用产品的品牌来阐释自我，也阐释别人。

公司对消费者的口碑充满了热情。

消费者生存的环境已成为品牌化的世界，这个世界就成为了公司纷纷争夺的消费者空间。

所罗门通过真知灼见和真实的案例、最新的研究结果，以及在广告学、社会学、传媒研究等方面的深入思考，告诉你引领消费的十步曲。

引领消费十步曲： 走进消费者空间； 为产品赋予意义； 从广告入手； 将消费者变为共同设计者； 在线打造消费者空间； 离线打造消费者空间； 在消费者空间里购物； 消费者空间里的文化干扰 简单化消费者空间。

<<引领消费十步曲>>

作者简介

迈克尔·R·所罗门 (Michael R. Solomon) 是一家专门研究消费者行为和生活方式营销的咨询公司Mind/Share的董事, 该公司的客户包括杜邦, Black & Decker、Visa、VF Corp.和卡尔文·克莱恩等知名企业。

所罗门是奥本大学人类学学院的教授, 也是《早安美国》、《今日》、《CN

<<引领消费十步曲>>

书籍目录

第1章 现在进入消费者空间 本书引领你的方式 营销者空间的辉煌历史 我滔滔费，故我在 爱我，就爱我的品牌第2章 产品如何在消费者倾家荡产间里获得意义 消费乾空间舞台上的演员们 学习剧本 风格漏斗：增强和垮掉第3章 啊，先锋！
青少年天命名 全球青少年文化：毕竟是个小世界 追酷第4章 做广告从这里下手 从短暂情缘到长久联系 量体裁衣 扭转局面——作为生产者的消费者第5章 从被利用者到合作伙伴 失败越早越好 走自己的路 拉他们下水：作为共同设计者的消费者 虚拟的共同设计——收集网上反馈信息第6章 虚拟的声音 品牌社区 公司悖论第7章 迪士尼化的现实 奥兰多朝圣 主题环境：缔造它，人们就会来购物 现实工程师第8章 我购买，故我在 猎取的兴奋感……第9章 伊甸园里的烦恼第10章 简单些，消费者空间

<<引领消费十步曲>>

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>