第一图书网, tushu007.com

<<营销密码>>

图书基本信息

书名：<<营销密码>>

13位ISBN编号：9787122129918

10位ISBN编号：7122129918

出版时间：2012-3

出版时间：化学工业出版社

作者：（韩）洪性泰　著，池斗璃　绘，千太阳　译

页数：211

译者：千太阳

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

前言

美国市场营销学会（American Marketing Association）对市场营销的本质所给出的解释是——交换（exchange）。
从这一角度来说，我们现代生活的时时处处，无不与市场活动有关。
从商品买卖的交换活动开始说起，治疗疾病后收取医疗费的医疗行为、收取学费后传授知识的教育事业，甚至在求爱的瞬间人们所期待的回报也可以看成是销售行为。
很早之前，苏格兰著名作家罗伯特·史蒂文森（Robert Stevenson）曾经说过：“所有的人都在卖着什么东西。
”这也说明市场活动与我们的生活密切相关。
“Marketing”这个外来语发展成体育+市场营销、故事+市场营销、服装+市场营销、互联网+市场营销、品牌+市场营销等多种方式，显然已经渗入到我们生活的各个方面。
但是由于对“市场营销”的理解不足，有些人会误以为“市场营销”只是迷惑大众的活动。
本书内容可分为四个章节。
第一章是对于市场的简单回顾，强调打好营销的基础（basic），同时介绍了在瞬息万变的市场潮流下，如何把握开发新产品的机会，如何使产品具备与众不同的特色的具体方案。
市场营销活动是由每个消费者组成的，所以，本书第二章以理解消费者的心理（consumer psychology）为重点，阐述了如何改变消费者的想法与行动。
开展市场营销活动如同战争，第三章以市场营销战争的观点看待市场，向读者介绍了提高法律意识与战斗力的方法。
要想做好市场营销，必须先做好对自己的“营销”。
因为在一般情况下，在别人眼中的“你”与自己所想象的“你”是不同的。
第四章融入自我表现（self-presentation）的观点，阐明了管理个人形象的方法。
市场营销是一门以消费者为研究对象的学问。
消费者的想法会随着生活节奏而日益变化，而媒体作为他们交流的工具也在变化。
我们正处于新闻报纸、杂志、广播、电视、互联网、移动通信等方式共存的时代，随着媒体多样性的增加，市场营销的方法也有着日新月异的发展。
市场营销是反映现实的学问，在现实日益更新的情况下，市场营销需要迅速地适应现实情况并且需要快速发展。
希望这本书能给您在瞬息万变的市场营销环境中提供一定的帮助。
这本书是以我的报纸专栏为核心编辑而成的，从理论上讲，只要我把原稿罗列出来就可以完成书稿，但实际上，重新修订并且编辑的工作并不容易。
我非常感谢在本人的无数次要求下，总是以微笑协助我的智慧之家（wisdom house）。
池杜里先生以出众的创造力与艺术感受力，在书的各个地方插入了图片，使得这本书的基调显得更加活泼明快。
因为忙于自己的事情，我总是感到对家人怀有深深的歉意。
在此，我想借用罗伊·克劳茨的话来送给我的家人：“我爱你。
因为你不仅在塑造着你，而且还塑造着我——我爱你。
”　　洪性泰

内容概要

本书主张在营销中应用心理学理论，告诉我们如何才能抓住消费者的心思。
洪性泰教授在书中详细介绍了刺激消费者隐性欲望的卓有创意的想法，与此相关，非常热门的事例，以及其中包含的简单有趣的营销知识。
其中包括了麦当劳利用“感性形成心理”的广告战略，Bijan西装店提高进入门槛，刺激消费者占有欲的稀少价值战略，利用“有施必有受（Give and take）”心理的“以退为进法（Door-in-the Face Technique）”战略等等。

作者并不一味介绍枯燥的营销理论，而是将读者带进有趣的营销世界。
为了帮助读者培养看透消费者内心的洞察力，列举了不同新产品的开发战略及观察市场的方法，在营销战争中获胜的战略，并通过丰富事例，提示了具体实现得的方法。
通过本书，读者可以轻松有趣地认识营销的本质。

作者简介

洪性泰，曾获首尔大学经营学硕士、美国伊利诺斯大学博士学位。
后任密苏里大学助理教授3年。
目前在汉阳大学经营学院教授营销学。
著作有《看不见的裉》、《了解消费者心理》、《领先的人们和领先的思想》，译作有《伟大商人的秘密》、《营销中的10种致命失误》、《阳光》等。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

PART 1打好基础体能的密码
01 经常关注最新话题
02 到最前线去
03 主导消费者的生活方式
04 以纯真的心灵问自己“为什么”
05 回归到自然，但要干净利落
06 忘掉顾客满意度，习惯化是钥匙
07 差别是由微小的差距而成的
08 给大家“最先”的印象
09 给大家“独一无二”的印象
10 在某个领域成为第一的印象
PART 2开启消费者心灵的密码
11 经常展现品牌
12 以任意形式给予心灵上的压迫感
13 诱导模仿行为
14 灵活使用胡萝卜与鞭子
15 引起消费者的思考
16 让大家记住品牌的发音
17 一句富有影响力的话语足矣
18 刺激消费者的憧憬心理
19 制造有关品牌的话题
20 成为恋人般亲热的“小偷”
PART 3掌握市场的密码
21 攻击对方的弱点
22 追求极端
23 进行不厌其烦的游击战
24 不断地攻击自己
25 在实战中忘掉战略公式
26 保持清醒
27 改变机制以致能成为市场的中心
28 要抓住刀把而不是刀刃
29 不要过于相信市场调查
30 刺激“wants”而非“needs”
PART 4提高自身价值的密码
31 管理自己的形象
32 掌握别人对自己的印象
33 管理感情的传达方式
34 利用后光反射效果
35 以所有物表现自己
36 充分表现性别的魅力
37 灵活展示自己的能力
38 打造领导的形象
39 找出自己与对方的相似点
40 积极地表现自己

媒体关注与评论

作为一门能反映现实的学科，市场营销绝不仅仅在桌面上进行，而是让人们具备通过活生生的实例接触市场营销的绝好机会。
这本书凝聚了一向高瞻远瞩、把握流行趋势的洪性泰教授20多年的市场营销、咨询经验及其独门秘诀，你可以从中学到结合市场营销的核心概念，从而具备看透现实案例的非凡洞察力。
对于企业的领导者和从事市场营销的人而言，这绝对是一部很好的指导之书。
———金洛义 第一企划公司 社长　　顾客资本主义时代（Customer Capitalism）即将来临，正确认识市场和顾客，并且为他们服务，同时又拥有坚固市场影响力的企业才能生存的时代已经到来。
市场营销作为二十一世纪企业经营的核心，这本解密营销之道的书籍改正了关于市场营销的种种误区和错误认识，引导大家向快乐而又有益的市场营销之路前进。
我要极力地推荐这本书给那些奋斗在二十一世纪全球性竞争最前线的所有CEO和致力于市场营销的人们。
——金柱亨 LG经济研究院 院长　　在这本书中，关于消费者们的行为和市场竞争原理的心理学观点很独特，读者不仅容易读懂，而且本书的各部分都具有基本理论的展现和有力的论据。
同时，营销实例也很丰富并且容易理解，对如何应用于实践有很大的启发。
即使是市场营销的门外汉也能读懂，当然，那些从事于市场营销的人们读过之后，肯定会收益颇丰。
—— 尹都俊 东和药品公司 会长　　这是一本能坚实地打好市场营销基础的书籍，从开启消费者心灵的创意性想法，到主导市场和差别化的战略，它以作者特有的风趣幽默，将那些可以复兴和弄垮一个企业的市场营销的全部实例展现给大家。
我真诚地要这本书推荐给那些懂得市场营销对于实际经营重要性的企业人士们。
—— 李荣赞 Orion集团 CMO

编辑推荐

解读消费者的心理，主导市场的潮流。
用于实战的市场营销战略！
CEO和现场营销者最期待的书！
优秀的企业满足需求；杰出的企业创造市常 ——现代营销学之父菲利普·科特勒

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