

<<买单>>

图书基本信息

书名：<<买单>>

13位ISBN编号：9787508617299

10位ISBN编号：7508617290

出版时间：2009-11

出版时间：中信出版社

作者：罗布·沃克

页数：283

译者：尹莉莉

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>

内容概要

“品牌已死”，“营销失灵”，消费者已经“掌控了一切”，这些是真的吗？

在罗布·沃克看来，随着消费者的辨识能力不断提高，营销手段也同样在不断升级；甚至在我们普通消费者毫无察觉的情况下，营销蜕变正在发生…… 在本书中，罗布·沃克提出了“混沌营销”的概念，并一针见血地指出传统的营销方案已经不能引起大众的共鸣，但是“品牌已死”的说法也未必准确。

现实情况是，网络技术的发展使得广告可以随时随地融入我们的生活，而人们比任何时候都更拥护品牌。

甚至，有人会创立自己的品牌，抑或在自知自愿的情况下成为品牌推广者。

营销，已经成了我们生活中的一种行为，买和卖的界限变得越来越模糊。

换言之，我们都在“混沌”营销中消费。

作者简介

罗布·沃克，《纽约时报》杂志“消费者”专栏作家，擅长运用文化人类学知识撰写商业报道。在他的网站murketing.com上，罗布继续在写与本书相关的文字。现和他的摄影师妻子居住在美国佐治亚州萨凡纳市。

书籍目录

绪论第一部分 需求密码 第一章 “相当不错”的问题 理性思考 53个“相当不错”的厨房炉灶 商品t Ecco Unltd. 的街头信条 凯蒂猫的投射性 Hundreds公司 第二章 穿灰色法兰绒西装的稻草人 现代生活最根本的不安 反叛者和弃儿 加入就是超越 噢，老年人，放马过来吧！
休闲的个性 第三章 理性思维 在哪里可以找到需求密码 翻译器 吃爆米花 铭记这魔力？
创造模式 第四章 无视攀比 理性的成功 产品本身 显现性与实用性 一个不那么理性的成功故事
多项选择题 我们向谁讲述自己的故事 我们要行动 第二部分 混沌市场营销 第五章 查克·泰勒当
过推销员 官方含义 Timbs的故事 混沌营销的根：20世纪80年代 粉红靴 拥有匡威 大众的查克
第六章 乱，未售出 激进的消费 自行车邮递员的马球比赛 PBR传奇性地重新崛起 新潮青年 抗
议品牌 混沌营销的根：20世纪40年代 看透这一切 编造故事 第七章 点击 在每一个客厅里 不会
跟不上潮流 新的公众 在每一个口袋里 除臭剂文化 第八章 非常真实 塞恩所知道的 妙计 让
一切保持非常真实的状态 摇摇晃晃的桥 第九章 混沌营销者的共同点 未知的宣传噱头 解析红牛
最混沌公分母 混沌营销的根：19世纪90年代 功能性饮料有趣的效果 一切都是营销 第十章 商品化
闲谈 公开的游说者 是什么激励了代理人？
神奇人士 非神奇人士 单纯拥有效应 诚实的意见 强于说服 第十一章 地下品牌 一种文化表
达的新形式 潮流达人 我终于理解了耐克 重返Hundreds 狗哨叙事 品牌化的语法 第三部分 无形
的徽章 第十二章 混沌营销的道德体系 消费者道德 该死的，失败了！
外在因素 为年轻人设计的性感T恤衫 其他理由 第十三章 沃尔玛的顾客怎么了？
让商品对权势开口 手工艺的朋克 DIY主义 道德与美学 对抗反应 限制与潜力 第十四章 超越
事物本身 你 两种唯物主义 用羊毛衫蒙住你的双眼 致谢

章节摘录

第一部分 需求密码 第一章 “相当不错”的问题 理性思考 想象你现在一丝不挂。
或者这样说更好一些：想象你现在需要一些衣服。
这可能不像口渴是人的生理需要，但是有无衣服蔽体应该是触及了社会道德能够接受的底线。
那么，个人会选择怎样的方式来满足这样的消费需要呢？
即使是面向这样一个简单消费需求的某一个展览，都足以布满200万平方英尺的拉斯韦加斯会议中心，这个展览叫做魔法服装服饰展。
魔法服装服饰展是服装服饰业的双年展，届时，世界各地的服装制造商都会聚集到一起，展示自己当期的产品，这样，零售

<<买单>>

媒体关注与评论

沃克得出了一个惊人的结论：与“大众对广告免疫”这种随流的想法相反，消费者在市场传播中变得越来越活跃。

沃克引用了大量详实的案例，揭示了消费者才是为品牌注入意义的积极参与者。

“买单”不仅仅是现代都市人与人之间商品交换的一个动名词，更是一种认同。

——杰伊·迪克西特，《华盛顿邮报》

<<买单>>

编辑推荐

在买和卖疆界模糊的时代，重新丈量我们和消费品之间的距离，聆听一次卖什么和谁来买的隐秘对话。

我们到底消费的是什么。

在我们缤纷纷呈的消费世界，聪明的商家开始追逐小众，后起之秀在创建T恤品牌，个性化产品带来无法想象的商场。

到底谁在引领大众消费？

到底是什么力量让我们武断买单？

<<买单>>

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>