

<<注意力行销>>

图书基本信息

书名：<<注意力行销>>

13位ISBN编号：9787810365567

10位ISBN编号：7810365568

出版时间：2003-1

出版时间：汕头大学出版社

作者：肯.萨可瑞

译者：岳心怡

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>

<<注意力行销>>

内容概要

这是一本关于注意力的书。
关于广告主如何得到注意力，如何保住注意力的一本书。
本书叙述一种增加注意力的新方法，一种能得到注意的新机制。
作者把它称为注意机制。

本书也是对行销圈里所谓的“新”正统观念提出反制，那就是顾客忠诚是一切。
顾客忠诚行销有许多种面貌，关系行销、一对一行销、数据库行销、顾客关系管理、允诺行销等等，每一种都强调某些重点。
但是，广告主绝对无法建立忠诚度，除非他们先掌握注意力，广告主再也不能把消费者的注意力视为理所当然。

本书分为三大部分。
第一部说明行销力如何，以及为何正在腐蚀。
第二部则以拥挤的房间，作为本书最核心的比喻。
在拥挤的房间中，一名陌生人为了得到注意力，他会怎么做？
这名陌生人的每一个行动，都可转化为企画行销沟通的新方法，也就是作者所说的注意机制。
每一种技巧分别花第二部的一个章节介绍。
第三部则解释如何把注意机制运用在你的品牌上。

<<注意力行销>>

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>