

图书基本信息

书名：<<时代光华G59 消费者心理破解方法(软件)>>

13位ISBN编号：9787900196170

10位ISBN编号：790019617X

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>

<<时代光华G59 消费者心理破解方法(>>

内容概要

如果企业了解了客户的思维模式和消费习惯，就会比较容易得找到有效的营销手段，灵活的运用现有资源。

本课程通过对大量实际案例的分析，帮助您了解消费者的思维模式、习惯的营销方法和工具，为您开启新的营销思路，从而让您的营销工作得心应手，开创营销佳绩。

书籍目录

第一讲 营销与行为学

- 1.引言
- 2.行为学阐述
- 3.营销与行为学的关系
- 4.困扰我们营销的主要问题

第二讲 行为学是营销的基础

- 1.行为学的两种透视
- 2.消费行为总图

第三讲 行为学与营销实践（上）

- 1.自我概念与生活方式
- 2.心理行为分析工具图

第四讲 行为学与营销实践（下）

- 1.行为学与产品二维分析
- 2.行为学与市场细分

第五讲 动机挖掘与概念生成（上）

- 1.什么是概念
- 2.概念与动机

第六讲 动机挖掘与概念生成（下）

- 1.挖掘消费者心理动机
- 2.动机与概念开发

第七讲 行为学与广告

- 1.需求与产品的关系
- 2.行为学中对广告的理解

第八讲 广告与消费者态度

- 1.广告与态度的关系
- 2.消费者的感知与认知

第九讲 行为学与媒介

- 1.记忆的过程与特点
- 2.如何使消费者记牢

第十讲 行为学与营销的其他形式

- 1.平面设计与行为符号
- 2.终端促销与行为

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>