

《感官营销力》

图书基本信息

书名：《感官营销力》

13位ISBN编号：9787543226391

出版时间：2016-8-1

作者：阿瑞娜·克里希纳

页数：168

译者：钟科

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《感官营销力》

内容概要

本书是科里斯纳教授在感官营销领域长期开拓之后的集大成之作。从零售商品到耐用品再到服务业，感官营销在产品设计和广告传播中扮演着越来越重要的角色。学术研究发现和商业案例故事的结合使这本书无论对学生还是经理人而言都有难以估量的价值。

《感官营销力》

作者简介

[美] 阿瑞娜·科里斯纳 (Aradhna Krishna) 是美国密歇根大学Ross商学院的Dwight F. Benton讲席教授。她是消费者心理学会 (Society of Consumer Research) 成员，也是知名学术期刊《消费者心理学刊》(Journal of Consumer Psychology) 和《管理学刊》(Management Science) 的专业领域主编。科里斯纳教授被视作感官营销研究领域的先行者。她将感官营销定义为：将消费者的感官融入其中并影响消费者行为的营销活动。许多知名的大众媒体报道过她的研究发现，例如纽约时报、芝加哥论坛报、赫芬顿邮报、洛杉矶时报、美国国家公共广播、经济时报、加拿大环球邮报、英国电讯等。

《感官营销力》

书籍目录

致谢

第1章 引言：何谓感官营销？

第2章 视觉

第3章 听觉

第4章 嗅觉

第5章 味觉

第6章 触觉

第7章 结论

作者小传

译后记

《感官营销力》

精彩短评

- 1、从人性角度，从感官的不同纬度讲解了如何引导销售，观点很新，值得借鉴。
- 2、打开了一个新视角，重新审视周围习以为常的世界。

《感官营销力》

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:www.tushu000.com