

《折扣》

图书基本信息

《折扣》

内容概要

《折扣》

作者简介

《折扣》

书籍目录

《折扣》

精彩短评

- 1、遍地打折有道理，有学问！
- 2、翻译的非常接地气，书的内容很好，我在读到一半的时候曾经抱怨了一下这书对神经经济学只稍稍涉猎了一点，但是读完全书之后就必须要感叹，这本书整体选择的内容和风格真是太一致了，恰到好处。就总体而言，本书正像是一部折扣史
- 3、在书店看完了 虽然很多举得是案例，但是值得收一本有空再翻一下
- 4、生活实用价值还挺大，列了不少网站可用，对折扣的历史记载也颇为有趣。
- 5、我是在图书馆偶尔见到这本书，借来看看，一看之后才对市场上的所有打折的手段 方法原理 有全面的了解，真系对做营销 销售的人员有很大的帮助，方法列举了好多，最有用是如果面对如果每个顾客都团购怎么再打折，这个方法不错，还是那个说明，米国的昨天就是天朝有明天，我们学习了就可以用上了。
- 6、中信出版社真是一如既往的烂，翻译粗陋，含金量稀少。如果想看街边故事不如买故事会
- 7、书中写到零售业的营销技巧，已经没什么新鲜感了。五个关于定价的小策略，倒是可以看看。
- 8、折扣的演变历程，折扣是多巴胺，刺激多了就麻木了，如何保持消费者的长期多巴胺状态？可再读

1、以前旁听过一次经济课，记得老师说过从购物心理学的角度来说，女性客户在购物的瞬间释放大脑内神经元的刺激以达到快感，而这个时候当价格出现落差，这种刺激就会异常强烈。这是打折和女性之间的沟通营销。这也是为什么商场里总有那么多大减价。而相对于折扣，商家更喜欢用的是优惠券，因为折扣只是做到了刺激，而消费券，则将所有商品联系起来，使得人们买了A后被激情所迷惑，又去买了B。而且更重要的是消费券是先让消费者拿出1000元购买东西，此时，他心里已经做好损失1000元的准备，而不会通过计算，认为自己只支付了700元。如果不采取返现的优惠券，而是打着的话，消费者可能只会掏出700元。原来看似小小的折扣和优惠券，都是会涉及这么多的经济学道理，和心理学道理。而这本书用了相当详实的案例和科学实验，可以说用不一样的轻松笔触为我们打开了全新的视野。你以为，折扣与低价相对等，但是这本书会告诉你，折扣是一个宽泛的概念，它不等于低价，一味降低价格并非最科学的打折促销，无论是“神经经济学”还是“消费者行为学”都是隐藏在小小的“SALE”标签背后的大学问。所以全价的，从不打折的LV照样超多人买。你以为，买家没有卖家精，但这本书告诉你美国师奶靠着剪优惠券，赚了商家不知道多少钱，成了百万富翁。总之，这本书，对于我这个经济学门外汉来说，还是很新奇的，很多案例都会让我感叹：原来是这样。哎，商家们，为了能让消费者掏钱，到底死了多少脑细胞啊。不过，信息越发透明，尤其是比价软件的到来，商家的打折还能有效吗？因为打折有时候是建立在信息不透明的情况下的。

2、作为女性，逛商城超市逛网店，最关注的就是打折促销讯息，而且每当遇见这样的讯息总是有各种理由说服自己去购买那些并不是十分需要的东西，有时候甚至是根本不需要的物品也会因为价格的吸引而心甘情愿地囤积回来。读《你不知道的打折促销心理秘密》，让我对打折促销这一商业营销策略的发展历史有了一个基本了解，尤其关于传统零售商折扣券的诞生发展过程、关于最近一段时期非常流行的Groupon团购营销策略，关于航空、房地产、酒店行业、奢侈品行业打折促销规律奥秘……都有深入而细致的剖析，即商家如何利用消费者对于各种各样打折促销手段的不可抗拒心理，而相应制定精彩纷呈的营销策略，于是作为消费者，我们便喜滋滋地自投罗网，心甘情愿地落入商家的消费陷阱还毫不知晓，甚至还会喜不自禁地以获胜者自居。当然这种喜不自禁不会维持太长的时间，因为不久后，我们就又发现了关于那些商品更低的折扣价。虽然作为消费者，对于自己刚性需要的商品，在购物的过程中，确实需要相应的打折促销来迎合我们降低消费成本的需求，但是，若想做到让打折促销使供需双方获得共赢，还是需要商家理性地制定折扣营销和消费者回归理性购物等两个方面的考量。别让“折扣拖死了商家，也榨干了买家”一而再再而三地上演。说实话，我是从帮助自己树立正确的购物观念的角度来读这本书的，一路读来，也确实受益良多。譬如了解商家的各种营销伎俩，如零售商营销策略之尽量延长消费者在卖场的购物时间，我就想，反其道而行之吧，即尽量缩短购物时间，或者根本把急需采购的物品列一份清单，索单购买，这样即减少了购物时间，也相应地减少不必要的购物机会；另外就是对于自己不需要的东西，再诱人的打折促销也不去理会……等等。真心地希望通过阅读《你不知道的打折促销心理秘密》，而使更多的消费者都能了解一些关于打折促销的知识和奥秘，也使自己越来越趋于理性消费。

3、作为一个带有很强销售性质的小文案，实用性比较强的应该是第一部分的第三章——五大定价策略，不过这个也是基于国外的市场，当然国内也有可以借鉴运用的地方，比如9.99的尾数定价。其他看下来基本就是一部关于折扣的历史，折扣的起源、折扣的发展及其对各大商家品牌甚至国家的影响，还分不同国家讲到不同的折扣历史。不过“以史明鉴”，有些历史难免惊人的相似，所以从这些历史也可以知道有哪些折扣方法是经久不衰屡试不爽的，甚至像时尚一样，不断在复古中推新。本书的作者的语气很自然，编写思维也很连贯，是一本不需要太多专业知识也可以轻松看完的书。

《折扣》

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