

# 《女性行銷》

## 图书基本信息

书名：《女性行銷》

13位ISBN编号：9789867964519

10位ISBN编号：9867964519

出版时间：20040426

出版社：巨思（藍鯨）

作者：Martha Baeletta/ 楊幼蘭譯

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](http://www.tushu000.com)

# 《女性行銷》

## 內容概要

「女性，具有頭號商機！」——全球頂尖行銷大師湯姆·彼得斯全球最大、成長最快的市場正在等著你。85%的消費購買決定取決於女性；企業採購人員中有51%是女性；在新興企業中，女性企業家占了70%。無論你是尋求新市場的市場龍頭，或是饒富創意，靠新點子使業務蒸蒸日上，女性市場都是能使盈餘產生天壤之別的重大關鍵。女性是全球尚未開發的最大市場，她們是世界上最有力量的消費者，無論是家庭或是企業採購，她們都是重要的決策者。長期而言，女性比男性更有利可圖，女性消費者的加乘效應：忠誠度與口耳推薦，可為你帶來更多生意。掌握女性商機，就是將你的行銷投資轉變成壓倒性的銷售獲利。男性行銷法在女性身上行不通。

如果你以為只要一套行銷手法，就可以不分男女，贏得所有消費者的心，那你可就大錯特錯。女性有一套迥異於男性的購買決定過程，她們有自己獨特的優先考慮順序、偏好與態度。因此，只要你懂得巧妙運用性別行銷上的差異，將可以創造更大的市場優勢。

唯一的問題是：她們就在那兒，而你在哪兒？你忽略了如此龐大、充滿無限商機的女性市場嗎？現在，鎖定女性行銷，將是提升銷售成長、贏得市場占有率、獲致最大利潤的最快捷徑。

### 作者簡介

Martha Barletta

為趨勢觀測集團（TrendSight Group）總裁，並被公認是性別行銷策略權威，擅長贏得女性消費者的青睞。

她擁有華頓商學院MBA學位，曾經先後服務於麥肯廣告（McCann-Erickson）、TLK、博達廣告（FCB）與法蘭科（Frankel）等一流企業，並參與諸如卡夫食品（Kraft Foods）、柯達（Kodak）與全州保險（Allstate）等績優品牌的專案工作，這一切都有助於磨練她的行銷與銷售長才。Barletta活潑的風格、對主題的掌握能力與熱情，使她成為企業、研討會，以及西北大學凱洛格管理研究所（Kellogg Graduate School of Management）等商學院最受歡迎的演講者。

她並曾接受《廣告時代》（Ad Age）、《品牌周刊》（Brandweek）、《舊金山觀察報》（San Francisco Examiner）、《多倫多星報》（Toronto Star）及全球許多刊物的特別專訪。

# 《女性行銷》

## 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](http://www.tushu000.com)