

# 《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

出版社：汕头大学出版社

作者：肯·萨可瑞

页数：241

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)

# 《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》

## 精彩短评

- 1、 去年年初买的书了,做媒体和做品牌都值得读读,如果你做广告那就更应该找时间看看了
- 2、 没看过原著,但这本书的翻译真的很烂,随处可见不知所云的译文。  
如P161开头：网络技术人员不断发现克服困难的方法，现在我们可以用科技传达人性的接触。有些机制真的非常精巧。（额滴娘，你到底想表达神马？）  
  
P179中间：网络之所以有强大的力量，就是因为它连接再连接。（神马？我不懂。）  
我也是学英语专业，营销专业媒体主编出身，这本书对我来说太难懂.....
- 3、 噱头东西，没什么感觉

# 《注意力行销》

## 精彩书评

1、没看过原著，但这本书的翻译真的很烂，随处可见不知所云的译文。如P161开头：网络技术人员不断发现克服困难的方法，现在我们可以用科技传达人性的接触。有些机制真的非常精巧。（额滴娘，你到底想表达神马？）P179中间：网络之所以有强大的力量，就是因为它连接再连接。（神马？我不懂。）我也是学英语专业，营销专业媒体主编出身，这本书对我来说太难懂.....

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