

《购买全程》

图书基本信息

书名：《购买全程》

13位ISBN编号：9787516409707

出版时间：2014-11-1

作者：郑锋

页数：160

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

《购买全程》

内容概要

我们的营销和策划人员一直在研究如何把产品或服务推荐给消费者，乐此不疲地创造出各种售卖花样，试图改变消费者的认知，来提高成交的可能性。可是，你真的了解消费者吗？你知道人们在作出购买决定的时候经历了怎样的心路历程？你知道人们细微的心理变化会带来什么样的行为变化吗？有些经营者往往一厢情愿地自作主张，以所谓的营销手段强攻消费者的身心，在消费观念日趋成熟的今天却收效甚微。也许你并没有想到，这完全是营销策略设置的角度问题所致，单一的思考方向使营销陷入乏力的尴尬境地。我一直倡导的解决问题方法是“转变思维方式、换一种角度去思考”，所以在本书中，我们力图引领营销人员与消费者站在同一维度，来做一次全面的、完整的消费体验，并因此获知他们的心理和行为变化。真正绝妙的营销，一定是在清晰洞察消费者心理和行为变化的基础上而做出的顺应、契合、协助、给予，因此会顺理成章大大增加成功销售的可能性。

作者简介

郑锋

山东滕州人，供职于媒体

著名营销管理专家

新浪政务微博学院专家团成员

500强企业俱乐部特约研究员

中国博客著作权维权标本人物

二十年传媒经营管理实战经验

著有《广告其实是一种诉说》等营销专著

短文《女人成就男人》曾爆红于网络

主要研究领域：消费行为和心理、广告营销策略、互联网时代下的传媒生态

书籍目录

线索“购买七单元” 001

第一章 需求 013

1. 晓亮买房记—需求篇 015
2. 需求的生成与呈现 017
3. 给消费者的提示：掌控你的需求 023
4. 营销的跟进和介入 027
5. 激活需求，房地产公司的族群营销 037

第二章 关注 039

1. 晓亮买房记—关注篇 041
2. 关注渠道和信息传播 044
3. 给消费者的提示：善辨信息的真伪 049
4. 营销的跟进和介入 052
5. 让客户成为口碑传播者 067

第三章 定位 073

1. 晓亮买房记—定位篇 075
2. 定位中的要素排序与模糊划界 077
3. 给消费者的提示：要清楚自己想要什么 082
4. 营销的跟进和介入 083

第四章 考察 087

1. 晓亮买房记—考察篇 089
2. 考察中的消费者 091
3. 给消费者的提示：别被印象“牵着走” 096
4. 营销的跟进和介入 098

第五章 沉淀 107

1. 晓亮买房记—沉淀篇 109
2. 沉淀中的再次优选 111
3. 给消费者的提示：张弛有道，静心优选 113
4. 营销的跟进和介入 114

第六章 深化 117

1. 晓亮买房记—深化篇 119
2. 在深化中强化信心 121
3. 给消费者的提示：确保方向正确 124
4. 营销的跟进和介入 125
5. 说服的艺术：描绘出未来生活的样子 126

第七章 决策 129

1. 晓亮买房记—决策篇 131
2. 决策的内心感受与功效 134
3. 给消费者的提示：保持独立决策能力 136
4. 营销的跟进和介入 138

第八章 购买行为中的人性思考 141

1. 如果你洞察了人性，所有的营销都不是问题 143
2. 人性哲思录 146"

《购买全程》

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