

《品牌，就是戒不掉！》

图书基本信息

书名：《品牌，就是戒不掉！》

13位ISBN编号：9789573269762

10位ISBN编号：9573269767

出版时间：2012-5

出版社：遠流

作者：Martin Lindstrom

页数：360

译者：邱碧玲

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

《品牌，就是戒不掉！》

內容概要

如果你曾經屈服於小孩的央求而買下某品牌的玩具或早餐食用的燕麥；如果你聽信朋友的話買某種品牌的食品；看暢銷書排行榜決定讀什麼書；晚上iPhone 必須放在身傍才能安睡或參加Facebook 紛絲團並按讚，那麼你很有可能在不知不覺中，早已被品牌洗腦了。

對於這些現象，林斯壯很清楚，因為這是他做了二十多年的工作。但現在他要告訴我們企業與如何運用一套心理學上的伎倆進行品牌行銷的祕密檔案，這些不為人知的祕密，包括：

廣告瞄準小嬰兒。可怕的是，從他們還在媽媽肚子裡時，廣告就開始影響胎兒。

有些口紅添加會令人上癮的化學品。業者針對廣受歡迎的護唇剛膏，處心機慮調整配方，加入讓人上的化學成分。

利用最新、最昂貴的腦掃描儀器，觀察顧客的反應，例如當異性戀男性看到近乎赤裸的男性時到底會想些什麼？

一個花費數百萬美元、長達3月的社區實驗，揭開最能影響我們(顧客) 購買行為的人：是我們的鄰居或朋友！

他寫這本書的其中一個目的，是要提醒所有消費者：弄清楚自己的消費行為；弄清楚自己的真正需求

。

《品牌，就是戒不掉！》

作者簡介

馬汀·林斯壯 Martin Linstrom

全球公認的首席品牌大師，名列《時代》雜誌2009年全球百大最有影響力人物，曾擔任微軟、迪士尼等多家財星500大企業的顧問。

每年聆聽林斯壯演講的聽眾超過一百萬人，所寫的關於品牌行銷文章散見《紐約時報》、《富比士》、《財星》、《CNN網站》、《Fast Company》等媒體。

著有《收買感官，信仰品牌》(Brand Sense)、《買我！》(Buyology)、《人小錢大吞世代》(Brandchild)等，而《收買感官，信仰品牌》被《華爾街日報》稱為有史以來最好的5本行銷書之一。

譯者 邱碧玲

政大畢業，雙修俄語與英語。譯作包括：《買我！》(遠流出版)、《花小錢做行銷》(商周出版)、《科特勒混沌學：大崩壞之後的爭雄法則》(三采，合譯)等。

《品牌，就是戒不掉！》

書籍目錄

原文序 別被我釣中，你自己翻來看	摩根．史柏路克	10
推薦文 你的品牌，真的讓人戒不掉了嗎？	劉威麟	14
推薦導讀 無須對抗品牌，而可各取所需	賴治怡	17
前言 品牌勒戒所		22
1. 出生是為了購買！		
當你還是胎兒，品牌就在打你的主意		33
2. 製造恐懼就會大賣？		
研究證明：你越害怕，越沒有判斷力		56
3. 停不下來更戒不掉！		
宅機族、品牌狂，著迷和上癮只有一線之隔		87
4. 買了，就爽了		
廣告中，性愛的新面目		118
5. 你怕被排擠		
同儕壓力是最有效的行銷手法		148
6. 啊，超懷念的		
你不是買產品，而是買一趟回到童年的回憶		180
7. 讓名人牽著鼻子走		
不是買產品，是買明星某一部分特質		208
8. 自然哲理面霜		
健康、快樂與心靈啟迪的代價		243
9. 你的一舉一動都在監視中		
隱私末日		270
結語 摩金森太太有什麼，我也要		
最強而有力的隱藏說服者，正是我們自己		309
致謝辭		331

《品牌，就是戒不掉！》

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