

《新消费者理念》

图书基本信息

书名：《新消费者理念》

13位ISBN编号：9787111093770

10位ISBN编号：7111093771

出版时间：2002-01

出版社：机械工业出版社

作者：(美)戴维·刘易斯

页数：332

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

《新消费者理念》

内容概要

本书通过对“消费者理念控制”来获取新消费者青睐的方法作了大量的论述，包括如何吸引新消费者的注意力，激发其购买欲望，促成最终购买，到忠诚度的保持等一系列问题。本书自始至终贯穿如何赢得新消费者忠诚这一主线，紧密关注新消费者的行为特征，是一本在总结成功经验的基础上反映新消费者理念的力作。

《新消费者理念》

书籍目录

译者序作者简介前言第1章

新消费者的兴起：消费需求由多样性到可靠性的转变第2章

用真实可靠性吸引新消费者第3章

新消费者身上的稀缺资源第4章

喜好空间与终极购物中心第5章

时尚搜寻者、市场行家和新消费者：为什么消费者之间的信息传播会击败广告第6章

置身其中的新消费者第7章

从零售天堂到零售地狱：为什么新消费者厌恶“采购物品”第8章

新消费者与新广告：为什么电视广告必须变革，否则就会消亡第9章

赢得消费者的真心：真正的忠诚与伪忠诚第10章

对理念加以控制附录A：意识扫描调研方案注释参考文献

《新消费者理念》

精彩短评

- 1、我认为这本书的价值不在于它得出了什么结论，而在于它对社会巨变的细致描述。
- 2、口碑营销

《新消费者理念》

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