

# 向女性推销



[向女性推销 下载链接1](#)

著者:(美)尼尔森

出版者:中国标准出版社

出版时间:2000-08

装帧:平装

isbn:9787506622448

向女性推销，ISBN：9787506622448，作者：（美）卡罗尔·尼尔森（Carol Nelson），（美）弗朗西斯·利尔（Frances Lear）著；徐海虹，张愉译

作者介绍:

卡罗尔·纳尔森， Carol Nelson是芝加哥提供全方位服务的国际直销代理公司——Cohn & Wells公司的总经理兼创意主管。纳尔森还是广告业务及市场推广领域的著名演刘家，其文章经济发表于《直销》等一系列杂志上。

目录: 第一章 性感仍旧很畅销吗?

第二章 新型货币

时间? 90年代的女性会跟你一起打发它吗?

第三章 职业女性 20世纪向21世纪的转变

第四章 建立关系 销售全美半数的汽车

第五章 一对一的交流 关键的决定性因素: 关系

第六章 新的传统主义者 如果一种“传统”是“新的”, 它还是传统吗?

第七章 广告业的虔诚偶像

Crocker, Doughboy,以及孤独的Repairman

第八章 “40岁以上的女人” 构成了另一个市场吗? 你可别不信!

第九章 “20多岁的女孩” 无法无天, 志趣广博, 期盼回报

第十章 “新妈妈” 新在何处? 如何做妈妈? 接受性如何?

第十一章 现在谁是愚蠢的金发美人? 90年代广告中的男性羞辱

第十二章 目标传媒 要接近他们, 就要知道何处能找到他们?

第十三章 旅行中的妇女 商务旅行新兴生力军

第十四章 保健广告 千姿百态方显美的本色

第十五章 社会分析 发展退化与革命: 90年代女性何去何从?

· · · · · (收起)

[向女性推销\\_下载链接1](#)

标签

营销

广告

市场

女性心理

女性市场

评论

一本面相美国女性市场开战市场营销，广告宣传的实战案例书，很多女性的共性可以借鉴，但中美女性的心理差异也是巨大的。

-----  
[向女性推销\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[向女性推销\\_下载链接1](#)