

市场营销——攻心为上



[市场营销——攻心为上_下载链接1_](#)

著者:巴里·费格(美)

出版者:上海人民出版社

出版时间:1998-03

装帧:平装

isbn:9787208027794

内容简介

“形象与情感是营销世界的力量源泉。了解顾客的需要，满足他们的要求，以此来建立一个战略性的产品模型，这是你的情感原型。”以上几句话是作者费格博士在本书中的主要命题。费格虽是一位美国博士，但是他掌握了中国的《孙子兵法》——

攻心为上。他的武器是

“情感”。“情感”是费格营销理论的支撑点。他并不摒弃广告、经销网等众人皆知的营销术。但他要求企业应促使消费者与产品建立情感，消费者与企业家分享情感，而且要把这种情感融于社会之中，成为一种无形的不可摧毁的力量。实践证明这一战略思想确有奇效：一些小企业抗击大企业而成功，一些不知名企业因此闯入跨国公司庞大帝国的禁区，有些企业得以由失败而重新崛起，变得虎虎有生气。

当然，要使顾客真正动情，打心眼里爱上你的产品和你的企业并不是一件容易的事。“情感”必须是真诚的，但在顾客心中植入这种“情感”不是讲空话和宣传能奏效的。它有一套在科学管理理论指导下的实践方法。这就

是费格博士这本书的可贵之处。一个在跨国公司负责推销新产品的副总裁约翰·比奇说：本书“很有深度。一个人只要熟读本书，并按所说的去做，就能取得成功”。

作者介绍:

目录: 目录

前言

鸣谢

第一章 什么是情感分享？如何让它为你所用？

第二章 15个可以拨动的情感热键

第三章 直接从情感开始的市场营销调研

第四章 标明你对目标市场的主张：动人心扉的使命陈述

第五章 制定营销战略

第六章 从一开始就建立情感分享：开发定能成功的新产品

第七章 破除那些一成不变的营销神话

第八章 攻心为上的市场营销如何逆转那些呆滞的或日益衰弱品牌的命运

第九章 用广告维系情感

第十章 让消费者欣然接受你的产品和品牌

第十一章 关于价值

· · · · · (收起)

[市场营销——攻心为上_下载链接1](#)

标签

营销

营销学；心理战；经济学

经济

心理学

评论

[市场营销——攻心为上_下载链接1_](#)

书评

[市场营销——攻心为上_下载链接1_](#)