

消费心理与营销对策



[消费心理与营销对策_下载链接1](#)

著者:陈文华

出版者:中国国际广播出版社

出版时间:2002-1

装帧:精装(无盘)

isbn:9787507820713

《消费心理与营销对策》是MBA营销实务与案例丛书中的《消费心理与营销对策》分册。全书共分六章，其内容包括顾客为什么购买你的产品：八种消费心理、购买行为的模型及三个相关重要问题、影响购买行为的三大因素等等，系统地介绍了消费心理与购买行为，以及影响二者的因素，并提出了针对这些情况而采取的营销对策。

作者介绍:

目录: 第一章 顾客为什么购买你的产品：八种消费心理

1 消费者的人格、个性与情绪

.....

第二章 购买行为的模型及三个相关重要问题

1 消费者行为的基本模型和实例

.....

第三章 影响购买行为的三大因素

1 你的身价地位——社会阶层

.....

第四章 儿童：消费的主力军

1 儿童商品的特性与作用

.....

第五章 营销对策

1 设计符合消费者心理的产品

.....

第六章 售后消费心理

1 顾客抱怨心理=商机

.....

附录 研究消费心理的几种基本方法

1 询问法

.....

• • • • • [\(收起\)](#)

[消费心理与营销对策_下载链接1](#)

标签

营销心理学

营销

society

design

评论

[消费心理与营销对策_下载链接1](#)

书评

[消费心理与营销对策_下载链接1](#)