

# 消费心理分析



[消费心理分析\\_下载链接1](#)

著者:冯章

出版者:中国经济出版社

出版时间:2006-5

装帧:

isbn:9787501709274

本书共分为掌握消费者的认知过程、投其所好：抓住消费者的心、消费者的意志：导致

购书行为的关键一步、了解购买行为的基本模式、新产品购买和重复购买以及社会阶层、团体和文化是影响购买行为的重要因素六大部分。本书条理清楚，观点明确，所介绍的方法非常实用，极具操作性。

不了解消费者的心理和行为，就无法解释这一问题。本书正是为解决这一难题而创作的。全书共有8章，基本上可分为两大部分，第一部分为您详细介绍了消费心理的三大过程即认知过程、情感过程和意志过程；购买行为和模式；新产品购买和重复购买；阶层、团体和文体对消费心理的影响；以及售后消费心理和行为（包括第1-6章；第8章），第二部分（第7章）是营销对策。即根据上述顾客的消费心理、行为而采取的营销策略。包括在产品设计、商标、价格、包装、销售终端方面如何满足消费者各种不同的心理和习惯。

本书条理清楚，观点明确，所介绍的方法非常实用，极具操作性，是企业各级管理人员、技术工作者，管理顾问和咨询专家，大专院校经济管理和心理学师生的最佳读物。

作者介绍:

目录:

[消费心理分析\\_下载链接1](#)

## 标签

消费心理

营销

消费心理分析:38黄金法则与实务免费下载

思维

消费心理分析:38黄金法则与实务

## 评论

-----  
[消费心理分析\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[消费心理分析\\_下载链接1](#)