

# 大腦拒絕不了行銷



[大腦拒絕不了行銷 下载链接1](#)

著者:羅傑·杜利 (Roger Dooley)

出版者:大雁-如果.橡實

出版时间:2013-10-24

装帧:平装

isbn:9789866316883

面对这个吵杂的时代，每个行销工作者总在面对一个大难题：

广告效果愈来愈差，而你的预算愈来愈少。

当前「消费大众缺乏注意力」已不是个新消息，

在混乱的讯息环境中，你的行销却「只能在第1秒」成功！

这要怎么做到？

本书将从100个最重要的「脑神经行销」实例，拯救过去效果不彰的推动方法！

为何一个喝咖啡的邀请能让人心甘情愿的下订单？

为何文宣、包装放上婴儿照就能打遍天下无敌手

有了脑神经行销学，顾客不说，身为行销人的你依旧能成功收服对方！

你知道吗？当你努力向他人介绍你的产品、想法时，对方的大脑其实早就几乎做好决定了！说得更明确一点，我们习以为常、专注在理性与意识层面的行销手法，其实只是在跟消费者5%的大脑对话而已。而原本以为虚无飘渺的潜意识，才是消费者真正的决策源头，占据大脑95%的比例！但是，我们该如何直达消费者的潜意识呢？

本书作者是美国商业界著名的「脑神经营销学」(NeuroMarketing) 部落格主杜利，他不但是数位行销专家，近年更因探讨大脑及行为研究如何运用于广告行销策略的新进观点而声名大噪。拜大脑成像、扫描技术之赐，脑神经科学家已经能侦测人们对于各项产品（譬如包装、广告、标志等）行销元素的心理与行为反应，解构大脑运作之谜，甚至推翻我们过去的表象认知。你想知道其中奥秘吗？

※接收到浪漫暗示时，男人会忙着花钱、女人则一窝蜂的做志工。

※看到金钱图像，我们变得喜欢独立作业、也自利了起来。

※香气会影响人们的判断：让人愿意多花点钱消费、认为产品比以前更棒。

※多提供一种选择，就能诱使消费者购买「划算」产品。

※吃优格时，撕开包装纸的那一刻，大脑参与度竟然最高！

让行销「使用顾客的脑」，让顾客的脑拒绝不了你的行销

从寿司师傅、红酒品酒会到大商场货架上的图像／价格／红利活动的脑神经活动之谜…

…本书详尽介绍这门「脑神经行销」新兴概念，作者杜利更从十四个面向，

整理出一百种执行度高、且已被证明有效的行销诀窍。

这套科学方法，已经成功帮助如零食、通路、银行等各行各业，

拣选出最适合自家产品的行销方式、成功收服目标消费大众。

作者介绍:

目录:

[大腦拒絕不了的行銷\\_下载链接1](#)

## 标签

行销

脑科学

行銷

营销

感官

思想

心理

## 评论

各种营销的小tips，算是零食，不过我竟然看了一年多！！

-----  
a、通過核磁共振成像研究人體大腦對事物反應程度來剖析廣告行銷策略的有效程度，這一類腦神經行銷法則進來廣受歡迎，將原有主觀直覺性行銷注入科學依據，使得這一類行銷增加其說服力；本書從腦神經對不同行銷手法（包裝、廣告、標記語、文案等）所引起的影響進行闡述消費者對產品價格品牌等的反應程度，在制定行銷策略時可重點理清區分開這部分特征對消費者的共鳴。  
b、本書主要從腦神經行銷案例來描述消費者對不同行銷手法的反應，閱讀起來較通熟易懂同時在制定行銷策略時應注意哪些細節點，對自身做行銷方案過程中可進一步考量進事務對人體反應，有助於制定的行銷策略更貼近消費者實際，值得一讀。

-----  
[大腦拒絕不了的行銷\\_下载链接1](#)

## 书评

a、通過核磁共振成像研究人體大腦對事物反應程度來剖析廣告行銷策略的有效程度，這一類腦神經行銷法則進來廣受歡迎，將原有主觀直覺性行銷注入科學依據，使得這一類行銷增加其說服力；本書從腦神經對不同行銷手法（包裝、廣告、標記語、文案等）所引起的影響進行闡述消費者對產...

-----  
[大腦拒絕不了的行銷\\_下载链接1](#)