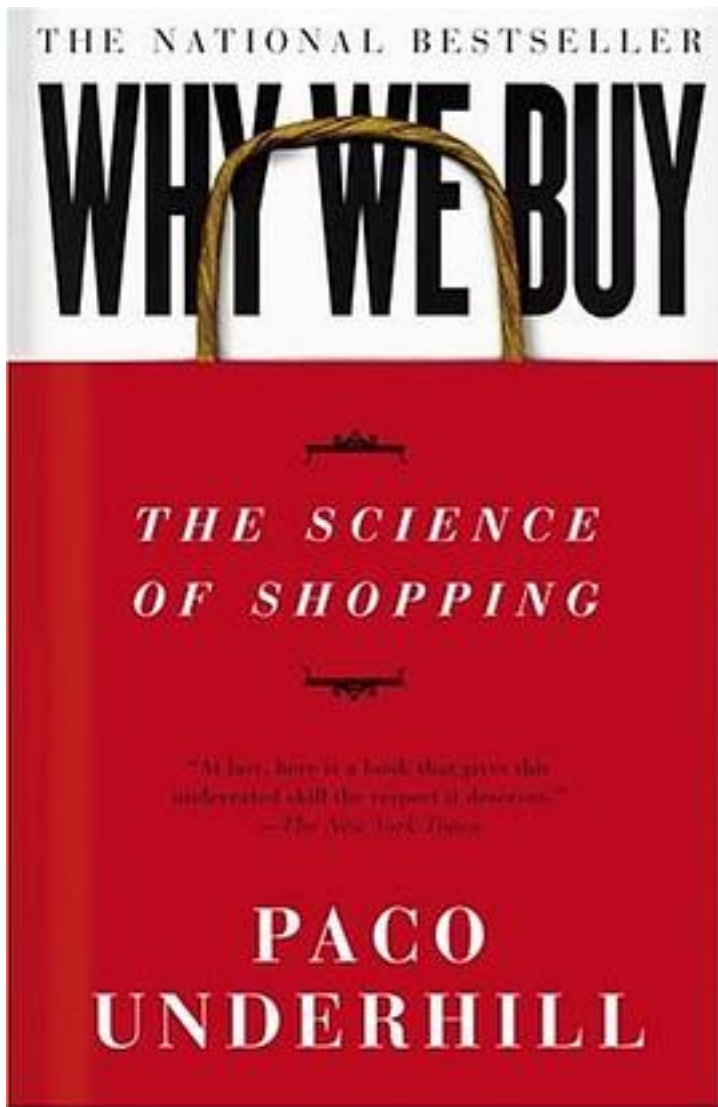


Why We Buy



[Why We Buy_下载链接1](#)

著者:Paco Underhill

出版者:Simon & Schuster

出版时间:2008-12-30

装帧:Paperback

isbn:9781416595243

Revolutionary retail guru Paco Underhill is back with a completely revised edition of his classic, witty bestselling book on our ever-evolving consumer culture -- full of fresh observations and important lessons from the cutting edge of retail, which is taking place in the world's emerging markets. New material includes:

- The latest trends in online retail -- what retailers are doing right and what they're doing wrong -- and how nearly every Internet retailer from iTunes to Amazon can drastically improve how it serves its customers.
- A guided tour of the most innovative stores, malls and retail environments around the world -- almost all of which are springing up in countries where prosperity is new. An enormous indoor ski slope attracts shoppers to a mall in Dubai; an uber luxurious Sao Paolo department store provides its customers with personal shoppers; a mall in South Africa has a wave pool for surfing. The new Why We Buy is an essential guide -- it offers advice on how to keep your changing customers and entice new and eager ones.

作者介绍:

目录:

[Why We Buy_下载链接1](#)

标签

营销

心理学

psychology

shopping

购物习惯

零售

Marketing

零售业

评论

如果最后一部分就更好了

对于开商店的人来说应该比较有用，但是干货不多，普通创业者可以得到一些灵感一些提示，但是似乎不够啊~~~有些原则的问题刚开始看的时候很有趣，可是说来说去都是同样的解决方式。（which is good for real life application, but boring for a book）

易读易懂

一本让人失去做一个pure shopper心态的书

写得支离破碎的一本书。

原以为是分析“我为什么会买”的书，其实是“他会什么会买（Why They Buy）”，写给零售商看的。

关于Shopper study很适合入门书

适合零售VM学习

拜Ali所赐～不过真的很贴切

蛮有趣的兴趣读物，偶尔被搞消费心理学的人打打脸还是可以保持健康的。
喜欢逛商场的人尤其推荐

作者对于传统零售业的分析相当给力，可惜本书后半段臆想多于数据推断，略有瑕疵

号称1500000小时消费观察报告，所以实证很多，归纳很少，台湾直版印刷，看得有点累，翻译行文和排版都不太利于阅读。建议看目录，然后挑选有兴趣的分类来看实证，个人感觉新意举例不多。

购物行为学分析，虽然研究方法没有那么严谨，但是能持之以恒观察消费者这么多年还不断编辑新版也是很强
里面的各种各样的case都很有意思，足见消费主义如何在美国盛行以及影响社会方方面面。从另一个角度来讲，也可以认为是论述retail sales 如何提升用户体验的。

很有意思的一本书，讲了很多平时生活中随处可见的现象背后的真相，对于大多数销售行业的从业者而言都是一本十分有意义的书，一些小的反思和改动就会令现状大大改善

Old school fashion

[Why We Buy_ 下载链接1](#)

书评

这本书提供了一个研究消费细节行为的视角，实用，不偏理论。但是也是因为没有具体的理论支撑，很难因此就据此去推而广之。提高营业额绝对需要。。。。。
在商业消费大国一米国，这也算新兴事物，如果在国内有公司做这个，赚米的机会应该大大滴。。。。。

[Why We Buy_ 下载链接1](#)