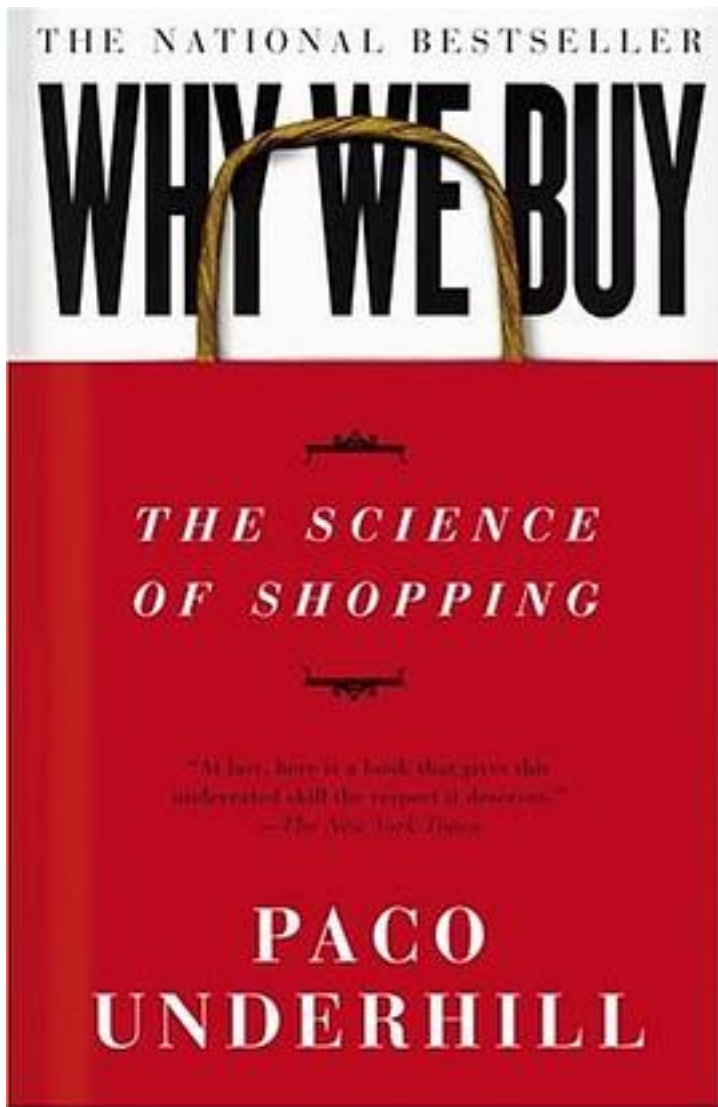


Why We Buy



[Why We Buy_下载链接1](#)

著者:Underhill, Paco

出版者:

出版时间:

装帧:

isbn:9781439500217

作者介绍:

目录:

[Why We Buy_下载链接1](#)

标签

评论

[Why We Buy_下载链接1](#)

书评

这本书讲的一些十分具体的东西，比如商场婴儿车过道，汽车快餐店，在我国未必有实际的价值，这是由文化和环境的差异所导致的必然，另外一些可能对餐馆或加油站有参考价值的研究内容对于我们读者来说也并无实际的意义，毕竟我们所从事所关注的领域是有限的，那些行业同我们并无...

这本书非常好。可以细读一下。嗯。这是我第二次发这篇文章。@ 豆瓣管理员
现在这样写，不会被“转移”了吧？与本书有关了吧？你们辛苦啦。^_^
----- 豆瓣所谓“核心用户”浅析 豆瓣实际上就是一个大超市。
所谓“影响力”。我觉得还是靠...

这本书写在美国。
因为这本书写在美国，我看到了不一样的销售典型、消费文化和消费者喜好。书中大都以超市业态作为着眼点或案例，其实让我觉得有些不过瘾，就像少了几味调理的杂酱面

。据我薄见，美国的零售市场有一个很大的特点，因其地广人稀，大部分国民散居在村庄和小城镇...

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——美国，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。。。。

本书主要借用的是美国的实例，但分析的是消费者的共性，例如行走轨迹，购物习惯的性别差异，年龄差异等，对于各个国家的人基本适用。至于一些特殊渠道，如穿梭餐厅和仓储式卖场，虽然在我国并不普及，但作为实例抛砖引玉完全没有问题。对于非市场方面或者快销零售从业人员，...

收银服务是非常重要的服务环节，如果顾客等待时间过长，他会认为这家商店服务低劣。在门口设置一个和蔼的大妈招呼每一个进来的顾客是一个很好的防止盗窃的方法。不要把销售区从入口处往里面退，而是把商店延伸到外面，促使每一个顾客使用购物筐、车，即使他一开始只是想买几样东...

第一次听说购物学。非常好奇。（通过研究，比较，分析，以使商店和产品更加适应消费者需求）做了大量调查，我觉得购物学是一种小资科学。
①把商品放在消费者拿得到的地方，物品的摆放也是一门科学，需要通过细心研究，谁才是真正的购买者。②商店的通道也是传递商品信息和提...

简单地说，购物学就是“使商店和产品更加适应购物者的需要”。我觉得，所有这些都绕不开——市场营销的本质就是“满足消费者的需求”。
购物学背后的原理：
人类在生理和解剖学上具有一些共同的能力、倾向、局限和需要，零售环境必须适应人们的这些特点。而企业，或者是...

以顾客为中心的购物学 购物学，是以满足顾客购物需求，促进商品销售的综合学科。
一、符合购物者的生理习惯

购物者具有一些共同的能力、倾向、局限和需要，本书把它称为生理习惯。销售环境必须适应人们的这些特点。 1.
为购物者提供宽松的环境。人们在拥挤环境，身体碰撞的环...

主要介绍了一些商店商品如何摆放、顾客在商店里的移动趋势等等方面的问题。这里购买指购买有形商品或无形服务。想想为什么顾客会选择这家，而不选择其他家呢？因为那个24小时营业的水果店的出现，泰纳水果超市倒闭了，大家都不再去泰纳了。泰纳倒闭之前，我去过一次，很多人...

首先是小小的震撼一下，老外的做事态度。
当我们还在为房子、妹子、孩子挖空心思忽悠土豪时，写这本书的大牛，已经累积了上千万份调查问卷、7000卷录像带——恩。那是92年，他就用这种最笨的方法，研究着最聪明的学问。其实书挺厚的，90%的内容，放到今天的零售环境，仍然...

这绝对是零售行业的圣经。通过客户的行为，分析客户的心理。仔细研读，感觉受益匪浅，这本书可以改变你对零售服务行业的一般的传统认识。非常棒，感谢作者。

推荐这本经典好书，针对线下实体的消费行为研究非常实用。比如小店进入的门非常难推、门上铃铛响一下或者只是进入卖场时简单和顾客打招呼都可以迅速帮助消费者放缓脚步，缩短心理里准备购物的缓冲地带，还有永远让顾客空出一只手等等，这样论点还有很多。我感触比较大的是文中...

[Why We Buy_下载链接1](#)