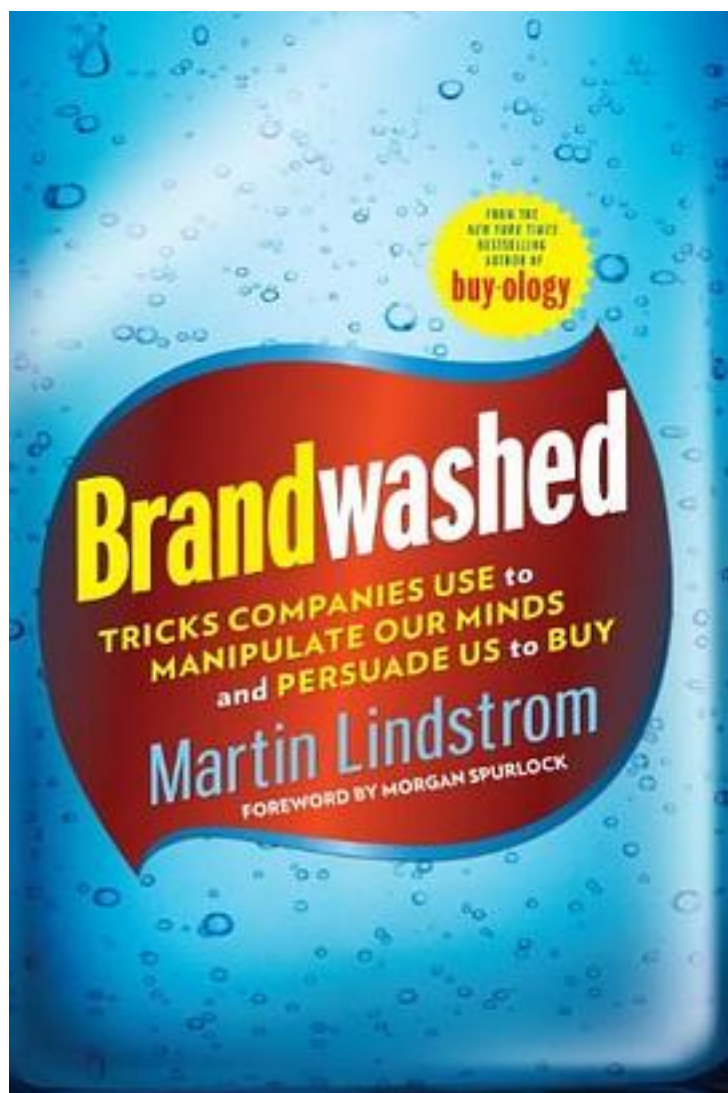


Brandwashed



[Brandwashed_下载链接1_](#)

著者:Lindstrom, Martin

出版者:Random House

出版时间:2011-9

装帧:Paperback

isbn:9780307956323

Foreword by Morgan Spurlock

From the bestselling author of *Buyology* comes a shocking insider's look at how today's global giants conspire to obscure the truth and manipulate our minds, all in service of persuading us to buy.

Marketing visionary Martin Lindstrom has been on the front lines of the branding wars for over twenty years. Here, he turns the spotlight on his own industry, drawing on all he has witnessed behind closed doors, exposing for the first time the full extent of the psychological tricks and traps that companies devise to win our hard-earned dollars.

Picking up from where Vance Packard's bestselling classic, *The Hidden Persuaders*, left off more than half-a-century ago, Lindstrom reveals:

- New findings that reveal how advertisers and marketers intentionally target children at an alarmingly young age – starting when they are still in the womb!
- Shocking results of an fMRI study which uncovered what heterosexual men really think about when they see sexually provocative advertising (hint: it isn't their girlfriends).
- How marketers and retailers stoke the flames of public panic and capitalize on paranoia over global contagions, extreme weather events, and food contamination scares.
- The first ever neuroscientific evidence proving how addicted we all are to our iPhones and our BlackBerry's (and the shocking reality of cell phone addiction - it can be harder to shake than addictions to drugs and alcohol).
- How companies of all stripes are secretly mining our digital footprints to uncover some of the most intimate details of our private lives, then using that information to target us with ads and offers "perfectly tailored" to our psychological profiles.
- How certain companies, like the maker of one popular lip balm, purposely adjust their formulas in order to make their products chemically addictive.
- What a 3-month long guerilla marketing experiment, conducted specifically for this book, tells us about the most powerful hidden persuader of them all.
- And much, much more.

This searing expose introduces a new class of tricks, techniques, and seductions – the Hidden Persuaders of the 21st century- and shows why they are more insidious and pervasive than ever.

From the Hardcover edition.

作者介绍:

马丁·林斯特龙(Martin Lindstrom), 全球首席品牌营销大师, 在全球拥有百万“忠实听众”, 林斯特龙公司(Lindstrom Company)CEO; 担任世界多家顶级公司的顾问, 包括麦当劳、宝洁、雀巢、美国运通

、微软、迪斯尼等；还是《金融时报》、《今日美国》、《财富》、《华盛顿邮报》、《哈佛商业评论》等知名媒体的特约专栏作家。

目录:

[Brandwashed_ 下载链接1](#)

标签

美国

设计

营销

女祭司

评论

[Brandwashed_ 下载链接1](#)

书评

在产品初期，可以通过种子用户来挖掘典型用户核心需求，同时希望以这些星星之火来扩大传播力和影响力，那么种子用户都符合条件呢？
1、产品的深度目标用户，且目前产品尚未满足其所有需求。拿医疗类产品来说，种子用户肯定是有挂号咨询需求的。 2、经常发表与产品相关的讨论， ...

最近几年来，“老国货”重现青春成为了一个很有趣的消费现象。从百雀羚到大白兔奶糖，从六神到北冰洋，这些带有80后记忆的商品品牌好像集体复活一般，重新出现在我们的视野当中。
其实这并不仅仅是偶然。人们记忆中的过去总是更美好，这已经是一个众所周知的事实。不过，人们...

我和秋叶，曾经制作过一个《基于人性微博营销15策略及案例全景地图》的思维导图，从娱乐、贪食、虚荣、愤怒、成长、偷窥、色欲等各个角度，分析微博上的代表博主，给出范例。
营销是门艺术，缺少对人性的洞察，无法做好营销。《小时代》掀起骂战，但是票房是实实在在的，骂郭...

这本书的作者用显而易见的例子想我生动了描述品牌对我们的洗脑，我们在不知不觉中接受的洗脑而我们却不知道认为这是我们自己的选择。书中的案例对初入销售岗位的人有很大帮助和启发！就向司马迁说的那样；天下熙熙,皆为利来；天下攘攘,皆为利往！
最后希望大家最起码知道自己是...

《品牌洗脑》是一本可读性很好的书。
因为我一直在运营PPT领域的书籍品牌《说服力-让你的PPT会说话》系列，还有我的个人品牌“秋叶”。
所以我在阅读时很投入，每个章节的手法我会先想，我有没有用到，我是有意识用的呢，还是无意识撞上？如果没有用到是我的知识面不够还是我...

这本书出版在2013年，我以为，我们该透露的都已经透露给营销者。我们的喜好，我们的消费记录，我们的性取向，我们生活习惯……他们能在我们胚胎期作用于我们的妈妈，能作用于对我们有影响力我的朋友，作用于我们的下一代，还有什么他们做不到的。但营销者能把这些写出来就...

没有系统和逻辑性的体系，而用故事把客观的规律包裹了起来。从归纳总结品牌传播要义的角度，这是一本值得读的书。
然而，如果读这种书，没能背会目录中各篇章的一句话中心思想，那只能说不是书的错，而是读书人的错。可惜，作者不是真心想让我们能够看过书后留下对品牌洗脑的N...

不想写太多书评，容易流于教条。力荐这本书的一个主要原因是，你把书里的案例都背下来的话，在国内就能够忽悠一票人了。
根据个人的理解再梳理一下本书的章节目录。
第1章在讲我们从娘胎里开始就已经被营销了。第3章的品牌成瘾和第6章的...

从婴幼儿开始营销 恐惧营销 同辈的压力 买了它就能泡妞 怀旧营销
皇家营销（造梦） 希望之瓶（健康、幸福和心灵感悟）。
这书很好，值得一看。营销销售类人员开卷必然有益，可以在未来的工作中应用书中总结的几种技巧；消费者看了也能明白自己是如何落入他人精心的设...

非常推荐这部书，从中可以窥见我们这个被营销的世界、我们从小被“洗脑”的生活。
一、这部书是一本“揭露”的书，揭露品牌企业那些的确“只做没说”秘密，而且有些方法不见得光彩，而且营销手段无所不用其极，触目惊心；
二、作为营销人，学习此书可以学到里面一...

很赞的一本书好麻
，作者说他在写书之前做了一个试验，克制自己的消费习惯，直到有一天忍无可忍借着行李箱丢掉了狂卖一通才算活过来啦我合上书就想着喊一声，知音啊！
六月份的时候有一天晚上抽了，（话说我常常抽。）开了微信圈喷商业社会的本质是通过建立不同品牌给人群自己...

说这是一本市场营销畅销书，其实不如说是市场心理学，10个方面告诉你，为什么你天天喊着剁手还是会做吃土党。
没心理学基础的就可以不看了，不然也不知道这些名词说的是什么。。。我又懒得把这篇文章写成科普文。。毕竟这算是本不错的书，但离非读不可的好书还很遥远~~ 第...

从第一眼看到书名《品牌洗脑》，心里莫名涌起“高大上”、“好像好酷里面讲什么呢”之类的好奇，到终于看完最后一页心里难掩失望，其实仔细想想，书并非如此差，只是有点哗众取宠罢了，包装了个酷炫的开头，用了个十分具有煽动性的词“洗脑”和十分吊人胃口的小标题“世界...

这本书里讲了很多关于营销的手段，读完了我只想到了一句话：“每一次品牌的选择都是对自己品味的选择。”
这本书有点过于强调营销的手法，而忽略了消费者自身的选择。比如，后面讲到的大数据时代，其实更多的时候是商家提供了符合消费者品味的选择，最终的购买的选择权其实还是...

虽然有点间接，不过仔细读读，这本书确实提供了对于当代最好的营销模式的研究，尽管是从反面。翻译得一般。 p4 音乐对于胎儿记忆的产生具有非常强大的作用。
p99 complex adaptive systems, 整体的力量要大于各个部分的总和，无法通过个体的行动来预测集体性的结果。 我们也是被...

翻译的好费劲，绕！ 有时候一句话要看半天！ 不知道想表达什么。
内容还算比较新，但有些案例比较过时，没啥意义。 翻译的好费劲，绕！
有时候一句话要看半天！ 不知道想表达什么。
内容还算比较新，但有些案例比较过时，没啥意义。 作者的终极武器就是功能性磁共振仪器。。。。。

这本《品牌洗脑》并没有讲述太多营销的概念和框架，只摘取其中九点心理学上的技巧。配合《影响力》来读，会有很多相互映证的体会。 一、
广告会在无形中通过嗅觉、味觉、听觉、直觉、视觉等等来影响消费者，甚至包括尚在母亲肚子里的婴儿。通过生活中的渗透，潜移默化中培养...

[Brandwashed_ 下载链接1](#)