

<<新消费者理念>>

图书基本信息

书名：<<新消费者理念>>

13位ISBN编号：9787111093770

10位ISBN编号：7111093771

出版时间：2002-01

出版时间：机械工业出版社

作者：(美)戴维·刘易斯

页数：332

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<新消费者理念>>

### 内容概要

本书通过对“消费者理念控制”来获取新消费者青睐的方法作了大量的论述，包括如何吸引新消费者的注意力，激发其购买欲望，促成最终购买，到忠诚度的保持等一系列问题。本书自始至终贯穿如何赢得新消费者忠诚这一主线，紧密关注新消费者的行为特征，是一本在总结成功企业经验的基础上反映新消费者理念的力作。

<<新消费者理念>>

书籍目录

译者序 作者简介 前言 第1章 新消费者的兴起：消费需求由多样性到可靠性的转变 第2章 用真实可靠性吸引新消费者 第3章 新消费者身上的稀缺资源 第4章 喜好空间与终极购物中心 第5章 时尚搜寻者、市场行家和新消费者：为什么消费者之间的信息传播会击败广告 第6章 置身其中的新消费者 第7章 从零售天堂到零售地狱：为什么新消费者厌恶“采购物品” 第8章 新消费者与新广告：为什么电视广告必须变革，否则就会消亡 第9章 赢得消费者的真心：真正的忠诚与伪忠诚 第10章 对理念加以控制 附录A：意识扫描 调研方案 注释 参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>