

《营销中的情感力量》

图书基本信息

《营销中的情感力量》

内容概要

这是一部关于营销的权威性著作。两位营销专家从高度原创性、娱乐性和逸事性的角度，描述了营销中的情感力量。情感作为促动和劝说的原始力量，影响着决定，尤其与消费者决策有关。

这本书讨论了情感在营销和消费者体验中的重要性。它用大量的事例说明；各种公司是如何利用情感实现与消费者的联系、新产品的开发、战略地位的提升以及品牌认知度的提高。两位作者集合了多种科学领域的核心研究，提示了劝说中情绪的作用、情感驱动的消费者行为、选择的过程、联想主义、一致性的重要性、反应预测、情感反应的控制，等等。尤为重要的是，这本书深入地探讨了情感对培养品牌忠诚度的重要作用。

约翰·奥桑尼斯（John O'Shaughnessy）美国哥伦比亚大学商学院的名誉教授，剑桥大学管理学院（Judge Institute of Management Studies）的高级访问学者。

尼古拉斯·杰克逊·奥桑尼斯（Nicholas Jackson O'Shaughnessy）基尔大学（Keele University）的市场营销学教授。

《营销中的情感力量》

精彩短评

- 1、 看作者就知道是父子兵，看来美国人也不是很正派。
内容充斥着各种概念的论述：态度、价值观、信任、需求……，感觉就是一部哲学思辨的书籍，营销与情感的内容只是点缀，有挂羊头，卖狗肉的嫌疑。

《营销中的情感力量》

精彩书评

1、看作者就知道是父子兵，看来美国人也不是很正派。内容充斥着各种概念的论述：态度、价值观、信任、需求……，感觉就是一部哲学思辨的书籍，营销与情感的内容只是点缀，有挂羊头，卖狗肉的嫌疑。

《营销中的情感力量》

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：www.tushu111.com