

# 《沒有賣不掉的商品，除非》

## 图书基本信息

书名：《沒有賣不掉的商品，除非》

13位ISBN编号：9789571348643

10位ISBN编号：9571348643

出版时间：2008-7

作者：松本朋子

页数：208

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《沒有賣不掉的商品，除非》

## 內容概要

任何人或多或少都應該有過在衝動購物之後，才思索當下為什麼會購買的經驗。這種行為動機最合理的解釋，就是商品本身擁有無法言喻的魅力，讓人看上一眼就產生非買不可的購買慾望。一般而言，女性比男性更容易產生這種現象。此類型女性共通的特性，就是購物後都會喃喃自語道：「我買下去了」、「我忍不住地買下手了！」

本書準備了一份男腦女腦評分表，以平均得分六十六分為中心，十二分是男腦度最高的人，十二分到五十七分即是男腦度類型之消費者。七十五分到一百二十分是屬於女腦度類型的消費者，而得分一百二十分即是女腦度最高的人。

想要打動女腦型消費者的心得有訣竅。女性消費者雖善變但並非毫無脈絡可循。了解女性思考模式與心理，可讓原本滯銷的商品，轉眼間變成熱門銷售商品。

此外，作者提出一個極重要的概念：「快感行銷手法」。作者認為，購物時隱藏在下意識中的「快感」，扮演著極為重要的角色，通常，買下手的心理也就是非理智性的購物心理。向女性推銷商品時，最重要的關鍵就是「無意識的快感」，最終導出了「客戶幸福感」（Customer Happiness, CH）的概念。

多年前「客戶滿意度」（Customer Satisfaction, CS）的概念，就備受重視討論。在領悟到「快感」意涵後，本書作者認為，僅是提高「客戶滿意度」是不夠的。比起「客戶滿意度」更能給消費者帶來更深的快感就是「客戶幸福感」。

書中並說明，只要不太過於陷入追求產品機能及規格的迷思，明確掌握以何種性質的快感向女性消費者推銷，並在購物中能盡量帶給消費者「因期待而產生的幸福」，即可抓住女性客戶的心，創造出好的業績。

# 《沒有賣不掉的商品，除非》

## 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](http://www.tushu111.com)