

<<广告宣传的心理战术>>

图书基本信息

书名：<<广告宣传的心理战术>>

13位ISBN编号：9787030200129

10位ISBN编号：7030200128

出版时间：2007-11

出版时间：科学出版社

作者：酒井利夫

页数：139

译者：陈刚

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>

<<广告宣传的心理战术>>

内容概要

广告心理学是广告专业人员及其经营者必备的一门知识，它从研究消费者的行为和心理现象规律出发，探求提高广告效果的有效途径。

本书作者是一位长年从事商业经营的商店业主，本书是作者多年实践经验的总结，在书中他力求以广告本身为基点，努力挖掘广告运作过程中的心理学规律，并列举了15个能够立刻让客户动心的广告宣传心理策略，因此实用性很强。

本书图文并茂，内容浅显易懂，容易掌握。

本书适合从事广告宣传与策划的工作人员阅读，同时也可作为市场营销专业学生的参考用书。

<<广告宣传的心理战术>>

作者简介

酒井利夫，1962年，东京成为世界上第一个人口达到1000万的城市。

酒井利夫就是在这年4月10日出生的。

与他同年同月同日出生的还有广泽克己——一个伟大的棒球运动员，先后效力于雅克鲁德、巨人、阪神三个职业棒球队。

酒井利夫定居于新泻县，和妻子及一只爱猫住在一起，现任市场经营指导咨询公司排名第一的代理董事。

酒井利夫毕业于立教大学社会学专业。

大学毕业后，他供职于一家广告代理店。

之后，他成立了自己的广告制作公司，然后，他从事过广告制作、模特培训、摄影、文化商品销售、动画设计、零售商店、电脑家教、电脑技能培训、企业培训、网络销售、咨询服务等很多行业。

他出版了和IT电子商务、企业培训管理相关的电子图书(E-book)，三年内销售了8200多本。

这些书为中小企业经营者、希望自主创业的人提供咨询信息和建议，其中，以帮助员工人数在1~10人规模企业的中老年经理、个体经营者、希望自主创业的人员为目的的电子图书《成功的营销》，得到了很多的中老年经营者、自主创业者的好评。

<<广告宣传的心理战术>>

书籍目录

第1章 小公司、小店铺为什么赚不了钱? 1 日本企业中有8成是小公司 2 小公司、小店铺不能盈利的原因第2章 虚假和真实的广告 1 为什么广告宣传效果不佳 2 资深广告人惊曝广告制作中的内幕 3 广告宣传的要点是抓住顾客的心第3章 即学即用:捕捉顾客心理的15个广告宣传策略 1 打动人心技巧之一 权威效应 2 打动人心技巧之二 引起消费者的好奇 3 打动人心技巧之三 恐惧、魅力 4 打动人心技巧之四 “限定条件下的事实” 5 打动人心技巧之五 单一接触效果 6 打动人心技巧之六 外表 7 打动人心技巧之七 积极表现 8 打动人心技巧之八 少量限定原理 9 打动人心技巧之九 实用性优于物品本身 10 打动人心的技巧之十 积极沟通 11 打动人心技巧之十一 和自己境遇相似的人 12 打动人心技巧之十二 表象系统 13 打动人心技巧之十三 回报性原理 14 打动人心技巧之十四 利益诱惑 15 打动人心技巧之十五 视觉冲击效果第4章 街头发现的有趣广告语 1 本日推荐 2 100万日元的扫帚 3 让人吃惊的广告语 4 成人线条画 5 看上去更肥大的金枪鱼 6 茶店的招贴广告 7 样品很重要 8 鞋店的时尚杂志 9 增加销量的“魔法购物筐”第5章 抓住顾客心理的三步销售战略 1 三步销售策略,提高营业额和利润 2 只要给予,顾客就会回报第6章 抓住顾客心理的网页制作秘诀 1 逆向思维法 2 成功的模式第7章 小公司、小店铺长期成功经营的3个法宝 1 小公司、小店铺长期成功经营的3个法宝 2 适合小公司、小店铺的经营战略 3 小公司、小店铺、网上商店应着手“解决烦恼型商业” 4 让潜在客户为之心动的战术 5 成功思考第8章 勤奋努力的小公司和执著的中年轻经理领导的小店铺后记译者跋

<<广告宣传的心理战术>>

编辑推荐

一个成功的广告，在于积极的利用有针对性的元素，把广告所需传播的信息进行加强，传递给消费者，从而引起消费者的注意，使消费者对产品发生兴趣，并进而刺激消费者的欲望，促其产生购买行为。

<<广告宣传的心理战术>>

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>