

<<行销“她”世纪女性市场攫金的奥秘>>

图书基本信息

书名：<<行销“她”世纪女性市场攫金的奥秘>>

13位ISBN编号：9787111245612

10位ISBN编号：711124561X

出版时间：2008-7

出版时间：机械工业出版社

作者：王茵 著

页数：183

字数：171000

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>

<<行销“她”世纪女性市场攫金的奥秘>>

前言

多年前，我看过一个故事，讲的是有个人无意中挖到了一个瓶子，打开瓶盖，立刻从瓶里蹦出一个妖怪，非常诚恳地对那个人说：“主人，我能帮你完成什么愿望吗？”

”那个人深思了一下，说：“我希望长生不老，永远幸福！”

”，妖怪听了似乎有点为难，它说：“这个要求太高了，能不能换个简单的要求？”

”那个人说：“好吧！”

那请告诉我，女人们整天在想什么？

她们到底要什么？

”妖怪又考虑了片刻，回答说：“我还是满足你的第一个要求吧！”

”这个故事虽然有点夸张，但在现实生活中要深刻了解女性的心理实属不易，否则著名的心理学家西格蒙德·

弗洛伊德（Sigmund Freud）就不会感叹自己花了30年的时间去研究女性，却终究无法明白女性究竟要什么。

女性心理似乎是一个无法解答的谜，一个永恒的谜。

现实生活中要取悦一位男性只要给予足够的掌声、可口的美食和必要的美色，大多会使他们心满意足；而要取悦一位女性，则要绞尽脑汁，用心观察，付诸一切行动，并为她们赴汤蹈火，经受种种考验，赢得她们的感动……，才能俘获她们的芳心。

<<行销“她”世纪女性市场攫金的奥秘>>

内容概要

这是一个女性的时代，可你了解女人吗？

你眼中的女性还是那个仅仅爱逛商场、爱洗衣做饭、爱织毛衣、爱哄孩子的人吗？

相反，她们是最复杂、最容易被误解、最有价值的消费群体。

本书从女性的消费心理和行为出发，解析她们的核心需求是什么，她们为何变幻莫测，什么因素左右了她们的消费行为，以及应该如何制定有效的营销策略与她们接触、沟通并建立良好的关系。

本书主旨集中、行文生动、逻辑严谨、分析深刻、实战性强，不管你是市场的龙头老大，还是即将起步的小公司，如果重视庞大而又充满无限商机的女性市场，不妨翻阅此书参考一下。

要知道真正的行业翘楚永远关注明日的发展和消费者的心理，本书将帮助你的品牌在竞争白热化的今天走上科学、有效、长远之路。

<<行销“她”世纪女性市场攫金的奥秘>>

作者简介

王茵，毕业于清华大学，中国前沿品牌营销的实战操刀者，有丰富的从业经验，曾多次摘取中国时报广告创意奖，现为北京灵策团队领军人物，中国广告协会学术委员会委员，多家企业咨询顾问。先后服务过蒙牛乳业、奇瑞汽车、中兴汽车、古越龙山、金城摩托、环球嘉年华、民生药

<<行销“她”世纪女性市场攫金的奥秘>>

书籍目录

前言 洞悉中国女性 第一章 走进“她”世纪 从巫婆变美女的故事说起 犹太人确实绝顶聪明 两性不同,消费岂能一概而论 解析营销女性市场的困惑 纵览女性消费时代 第二章 女性角色的演化和细分 中国女性角色的分水岭 文化的驱动影响 中国女性生活形态观 解析最有价值的女性群体 市场现状与发展趋势 第三章 洞悉她的心理和行为 话说奥妙女人心 与生俱来的性格缺陷 解读她的焦虑和恐惧 解读她的内心愿望 走进她的生活圈 赢取女性市场的三部曲 第四章 序曲:进军女性市场的前奏 为何针对女性市场 开展真实有效的调查 整合竞争资源 第五章 进行曲:以人为本,定位先行 漫谈定位 有效定位 重新定位 第六章 尾声:塑造卓越品牌 解析品牌对女性市场的作用 女性品牌诊断 打造百年女性品牌的要点 女性品牌的四重境界突破 羊皮书的秘笈 第七章 女性产品设计 产品的人性化沟通 女性产品的设计误区 俘获女性芳心的产品设计 女性产品设计的必知要点 第八章 制定价格策略 制定价格策略的思路 灵活调整女性市场的价格策略 走出价格战的迷局 第九章 实效宣传推广 抢占女性的心智资源 提炼品牌的核心价值 爆破女性心智的三大手段 品牌声音接触设计 传播策略规划 本章结语 第十章 终端经营与管理 店内设计与规划 顾客推介与服务 终端销售攻略 其他推广手段一览 本章结语后记

章节摘录

第一章 走进“她”世纪从巫婆变美女的故事说起在探讨女性市场之前，请允许我再讲这样一个故事：在遥远的过去，一个魔鬼给国王出了一道难题，要他在一个月内回答出女性最渴望得到什么。

如果回答不出或回答错误，魔鬼将结束国王的生命。

这让国王不敢怠慢，于是在许多人的帮助下得到了许多答案，比如爱情、金钱、美丽、自由、健康等，但国王对这些答案都充满疑惑。

眼看一个月的时间就要到了，为了保险起见，国王决定让王子去请教一位神奇的老女巫，但老女巫要求王子答应娶她为妻，才愿意说出正确的答案。

为了解救父亲的生命，王子只好答应了老女巫的要求。

老女巫告诉王子，女性最渴望得到自我掌控的命运。

后来，国王对魔鬼如实回答了老女巫的答案，魔鬼很满意，便解除了对国王的魔咒。

但是，王子却必须实现自己的诺言，娶丑陋的老女巫为妻。

许多人为此愤愤不平，都劝告王子放弃不合理的婚姻，但都被王子婉言拒绝了。

很快，在一个风和日丽的日子，王子携着老女巫走上了婚礼的殿堂，众人无不对王子娶一个老太婆而感到惋惜，但王子的脸上却充满了笑容，丝毫没有表现出对老女巫的厌恶。

新婚之夜，当王子与老女巫走进洞房之后，老女巫立刻变成了一个倾国倾城的美丽女子。

后记

著名的印象派绘画大师雷诺阿曾经说过：“如果上帝不创造女人的乳房，我也许就不会成为画家了。”尽管这句话不无戏谑之语，但女性确实也给雷诺阿不少灵感和冲动，才成就了雷诺阿的卓越事业。同样，我想说如果在现实生活中缺乏身边女性给我的灵感、智慧和帮助，也同样很难为本书划上句号。

在此，我再一次向广大帮助过我的女性道声谢谢！

当大家看完这本书时，一定不要认为我对女性心理如此了解，生活中必然有许多对付她们的手段，能俘获女性的芳心。

其实不是的！

虽然我从小到大爱调皮捣蛋，不安于现状，但快到而立之年还纯洁得像圣徒一样。

在此之前，我从不敢去碰女孩子的手，甚至与女孩子说话都有点羞涩。

后来，我有了第一个女朋友，她走进我的生活，就成为了我现在的妻子。

一切的一切并没有风流倜傥的表现，我的生活历来非常单调、乏味。

如今我之所以有信心敢去探讨心理大师弗洛伊德都望而却步的女性话题，并非是觉得自己有什么过人之处，而是觉得作为人，女性有许多心理特点和需求是可以通过科学方法进行探究的。

我相信如果我们能深入分析目标女性的生活背景、生活习惯，再换个角度站在她们的立场上去思考她们的需求和偏好，就很容易获得答案。

最后我不得不承认，我也只是没有脱俗的男人，嘴里虽然不断强调女性的重要性，以及该如何洞悉女性，尊重女性，营销女性等，但聊起女性仍然以自我为中心，还缺乏对女性的更深层次了解，她们的心理可能真的是一个谜，可能要制定更精准的营销策略仍需要不停思考、总结并加以修正。

在此，我的观点只是抛砖引玉，希望能听取更多同行、老师、朋友的意见，引起业界更深入的讨论。谢谢！

<<行销“她”世纪女性市场攫金的奥秘>>

编辑推荐

做女人事业，赚女人钱！

《行销“她”世纪:女性市场攫金的奥秘》主旨集中、行文生动、逻辑严谨、分析深刻、实战性强，不管你是市场的龙头老大，还是即将起步的小公司，如果重视庞大而又充满无限商机的女性市场，不妨翻阅此书参考一下。

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>