

<<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>>

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>