

<<儿童市场营销>>

图书基本信息

书名：<<儿童市场营销>>

13位ISBN编号：9787509204351

10位ISBN编号：7509204356

出版时间：2009-1

出版时间：中国市场出版社

作者：詹姆斯·U.麦克尼尔

页数：362

字数：360000

译者：张红霞

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>

<<儿童市场营销>>

内容概要

本书的目的是为了让更多从事与儿童市场相关的企业营销者、零售人员、服务提供者和社会营销者了解和重视儿童消费者。

儿童不仅仅只是成人世界的附庸，他们也是真正的消费者，而且他们比其他任何细分市场都可能有更大的市场潜力。

只有让更多的孩子和家庭满意，企业才会获得更多的利润。

这里的顺序是很关键的：首先让更多的孩子满意，然后是企业获得更多的利润。

这样做的结果是，市场上会出现更多更好的儿童产品和服务，商家也会更好地对待儿童（因为让儿童满意是所有营销活动中最基本的内容）。

我们努力在本书中对儿童如何成为消费者、儿童营销“现在是怎样”以及“应该怎样”进行描述，目的是为了让更多的人认识到，在激烈的市场竞争中，儿童不仅可以成为直接的消费者、影响其父母的消费者，而且也有可能成为企业的终生顾客。

本书共分四个部分：第1部分：儿童是一个不容忽视的市场（第1~3章）；第2部分：儿童与营销的互动关系（第4~6章）；第3部分：儿童市场中的成见与现实（第7~23章）；第4部分：儿童消费者行为研究中应注意问题（第24~26章）。

<<儿童市场营销>>

作者简介

詹姆斯·U.麦克尼尔博士 (JAMES U.McNEAL) 先后从美国德克萨斯大学获得了营销与心理学的博士，美国芝加哥大学的儿童传播博士后。他曾在美国德克萨斯大学、美国德克萨斯农基大学等大学任教。他也曾作为访问教授到北京大学、厦门大学等中国知名大学进行讲学。

麦克尼尔教授从事儿童消费者行为研究已有四十余年。在过去的十多年中，他在中国大陆、中国香港、日本、新西兰、北朝鲜和中国台湾做了许多儿童消费者行为的研究。

他曾发表了60多篇有关儿童消费者行为的学术论文，并出版了10本相关的著作。

他曾多次首次出版了多本著作，比如，第一本有关消费者行为的教课书《消费者行为》；第一本有关儿童消费者行为的书籍《儿童消费者—洞察与应用》；第一本针对儿童市场营销的书籍《儿童作为消费者：儿童市场营销手册》以及最近的一本有关儿童行为发展模式的书籍《儿童成长为消费者之路》。

基本全球研究的视角及所获得有研究成果，目前詹姆斯·U.麦克尼尔博士 (JAMES U.McNEAL) 已应邀作为美国及世界各地许多生产商、零售商、媒体和研究机构、非盈利性政府机构以及政府部门有关儿童消费者行为研究的专家和顾问。

<<儿童市场营销>>

书籍目录

第1部分 儿童是一个不容忽视的市场

- 1 儿童学做消费者
- 2 儿童作为三个市场的消费者
- 3 中国儿童消费者市场

第2部分 儿童与营销的互动关系

- 4 儿童与他们的商店
- 5 儿童与广告
- 6 儿童产品的特点与功能

第3部分 儿童市场中的成见与现实

- 7 儿童市场的潜力
- 8 儿童在什么时候成为消费者
- 9 儿童的储蓄
- 10 儿童购买的商品
- 11 儿童的收入：装满存钱罐
- 12 越来越负责的请求行为
- 13 儿童对父母消费的影响
- 14 儿童是未来的顾客
- 15 理解儿童市场的障碍
- 16 儿童对价格的认识
- 17 儿童广告
- 18 针对儿童的促销：它们为何如此有效
- 19 针对儿童的公共关系：交谈而不是叫喊
- 20 儿童俱乐部：建立一对一的关系
- 21 儿童产品的包装：审视最终使用者
- 22 品牌：儿童最好的朋友
- 23 成功的儿童产品和服务：满足儿童及其父母的需要

第4部分 儿童消费行为研究中应注意的问题

- 24 儿童消费者市场调查
- 25 有关儿童消费者教育
- 26 儿童市场营销中的伦理问题

附录1 儿童消费行为及市场营销意义

附录2 中国儿童消费者行为回顾：1995-2002

本书主要参考文献

<<儿童市场营销>>

编辑推荐

《儿童市场营销》由中国市场出版社出版。

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>