第一图书网, tushu007.com

<<被购物>>

图书基本信息

书名：<<被购物>>

13位ISBN编号：9787550203013

10位ISBN编号：7550203016

出版时间：2011-12

出版时间：北京联合出版公司

作者：（德）施耐德，（德）亨里希　著，方毅博　译

译者：方毅博

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

愉快的购物从这里开始。
购物是一种毫无难度的任务？
错！
事实上，购物是日常生活中最复杂的一项工作。
如今的商家为了吸引消费者尽可能多地购买，可谓使尽了手段。
稍不留神，你就会掉进购物陷阱！
购物欲强烈不可怕，糊涂消费才痛苦！
《被购物:无处不在的超市购物陷阱》让你看透经销商的伎俩，对自己的消费行为有更清晰的认识，明明白白去购物——带着快乐的心情去购买自己确实需要的东西。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

威利·施耐德(Willy Schneider)教授为巴符州曼海姆双元制大学贸易系主任，同时也是海德堡斯泰恩拜斯市场调查和市场竞争力研究转移中心的负责人，并在多所高等学校任教。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

作者序 让我们一起识破日常消费陷阱！

译者序 明明白白消费?
2017年，你将怎样购物？

22条聪明购物小提示
PART 1 谁控制了我们的消费头脑
　统治性男性消费与刺激性女性消费
　培养对广告的免疫力
PART 2 与超市经营者的博弈
　超市健身=钱包瘦身
　购物也要有顺序
　跟着感觉来购物
　如何摆脱收银台前的长龙和孩子的哭闹
　管好你的会员卡、信用卡……
PART 3 看懂价格里的猫腻
　如何减轻我们的价格痛
　在降价标签前理智抉择的方法
PART 4 产品包装上的学问
　不要迷信品牌商品
　你看得懂商品检测标志吗
　眼睛如何左右你的购物思维
结语 不是去购物，而是去生活
注释
参考文献

章节摘录

版权页：插图：很多因素激发了越来越强的新产品风暴。
首先品牌商品的种类更加丰富了。
为帮助理解，我们以一个著名品牌妮维雅为例进行介绍。
100年以前，当“白雪”（拉丁语里妮维雅是白雪的意思）的光芒初欠闪耀世界的时候，估计没有人会猜到，拜尔斯道夫公司会开发出包含超过500种不同商品的品牌系列。
在妮维雅品牌名下仅一个产品系列就包含：妮维雅脸部保养系列（1993年上市），妮维雅护肤系列（1994年），妮维雅化妆品系列（1997），妮维雅护发系列（1991），妮维雅男士系列（1986），妮维雅防晒系列（1993），妮维雅护手系列（1998），妮维雅身体保养系列（1992），妮维雅洗浴系列（1996），妮维雅爽身香体系列（1991）。
拜尔斯道夫公司非常清楚，这里列举的还只勉强是公司产品的概况。
其次，销售商品牌和仿制产品加剧了品牌数量增长。
相对于那些原厂设计和推广的品牌产品，超市通过自有品牌接受了这一“销售使命”。
人们有时也称之为“销售商自有品牌”或者“私有商标”。
它们在食品零售中的份额合计有43%，并有继续上升的趋势。
仿制产品是指，由销售商生产的、和首创者引入市场的成功产品在各种性质上都有极大类似性的产品。
比如说我们所知道的生产商品牌拉马佐蒂，一种意大利的加有香料的利口酒，平均售价在12欧元左右。
南阿尔迪④超市的仿制产品“Romanzini”（罗曼仔尼）的价格为5.99欧元。
仿制产品向消费者传递的信号是：“如果需要这件商品，那么你可以在这里用更便宜的价格买到类似质量的商品。
”

编辑推荐

《被购物:无处不在的超市购物陷阱》：为什么我们买的总是超过实际需要的？
为什么我们要跪在货架前细细比较眼前的物品？
为什么超市里的背景音乐每分钟刚好72下低音节拍？
永远不要在饥饿的时候逛超市。
不要盲目相信促销信息。
质量与价格无关。
别太吝惜自己的体力。
多蹲下来看看。
不要相信组合摆放。
克服一下自己的舒适性要求，有意识地在购物时多走走。
能使用购物篮时就别选择购物车。
从右至左浏览货架。
尽可能购买超市自有品牌。
注意商品检测标签。
在收银台前要保持明确的态度。
避开商家的“窥探”。
捂紧你的银行卡和信用卡。
与不希望看到的广告做斗争。

第一图书网, tushu007.com

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