第一图书网, tushu007.com

<<体验式营销>>

图书基本信息

书名：<<体验式营销>>

13位ISBN编号：9787800995231

10位ISBN编号：7800995232

出版时间：2000-08

出版时间：中国三峡出版社

作者：施密特

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

编辑推荐：在品牌和信息一统天下的时代，传统的“特色与功效”营销方式惨遭出局的厄运。
而品牌社会一个全新的营销概念——“体验式营销”应运而生。
“体验式营销”的最终目的是要为顾客创造全方位的体验，作者把这些体验称为SEM（战略经验模块），包括感觉体验（SENSE）、情感体验（FEEL）、创造性认知体验（THINK）、身体体验和生活方式（ACT）及社会特性体验（RELATE）。
书中不但提供了“体验式营销

第一图书网, tushu007.com

<<体验式营销>>

书籍目录

前言
致辞
第一部分 体验式营销革命
第1章 从特色与功效到顾客的体验
第2章 体验式营销的幅度和范围
……
第二部分 体验的类型
第4章 感觉
第5章 感受
……
第三部分 结构、策略和组织问题
第9章 混合体验与全面体验
第10章 体验营销的战略方针
……
后记

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