Добавил(а) Социология
11.06.12 18:23 -

Дымшиц, Михаил Наумович. Манипулирование покупателем / М.Н. Дымшиц. — М.: Омега-Л, 2004. — 252 с.

Производители мечтают о покупателе, который будет часами искать в магазинах свой любимый бренд, постоянно рассказывать о нем друзьям и знакомым, с удовольствием смотреть рекламу и опять всем рассказывать, как замечательно его любимый бренд рекламируется. Но покупатель не таков: он переключает телевизор или радиоприемник, переворачивает страницу; покупатель не успевает, не хочет и часто не может понять, что в рекламе говорится и показывается; он покупает только то, что есть в ближайшем к нему магазине. Покупатель хочет от производителя качественных товаров и услуг, да и последнему от него ничего, кроме небольшой части его денег, не надо.
О маленьких хитростях манипуляции потребителем и идет речь в этой книге, адресованной руководителям предприятий, сотрудникам службы маркетинга и рекламы, бренд-менеджерам и др.