



על הספר: הצרכן החדש - מה הוא רוצה? : תובנות מפתיעות על המניעים והרצונות של הלקוח שלך

מחברים: מחבר/ת: ירו, קיט

סימן מדף: ירו

מספר מיון: 381.3

משפט אחריות: קיט יארו ; הקדמה מאת - פאקו אנדרהיל ;

מאנגלית - אורי שגיא

מדיה: ספרים

סוג: ספר עיון

ז'אנר: עיון

עמודים: 190 ע'

גובה: 24 ס"מ

מוציא לאור: מטר

שנת הוצאה: 2016

מקום הוצאה: תל-אביב

מס. מרכז הספר: 16-2858

שפה: עברית

תאריך קטלוג: 16/07/2025

מילות מפתח: פסיכולוגיה חברתית, צרכנות

הערות: כולל מפתח.

תקציר:

עשור של תמורות מהירות ומדהימות שינה לבלי הכר את הפסיכולוגיה של הקניות. בספר הצרכן החדש - מה הוא רוצה?, פסיכולוגית הצרכנות עטורת הפרסים, קיט יארו, משתפת אותנו בתובנות מפתיעות על ההתנהגויות ועל המניעים החדשים של הצרכנים, ומובילה את המשווקים למקום שבו עליהם להיות היום: הקשר הפסיכולוגי העמוק והתת-הכרתי של אנשים עם מוצרים וקמעונאים, עם תקשורת שיווקית

ומותגים. יארו שואבת את רעיונותיה מראיונות עם מאות צרכנים ומאינספור מסעות הקניות שהתלוותה אליהם, וחושפת את המגמות המגדירות את ההתנהגות החדשה שלנו. לדוגמה, בעת קניות אנו מפגינים רגשות עזים יותר, מחפשים חוויות חזקות יותר ורואים באינטרנט מקור להקלה ולהסחת דעת. תחושה עמוקה של בידוד ואינדיבידואליות מעצבת את אופני הביטוי העצמי ואת ההתקשרות שלנו למותגים ולקמעונאים. מחקרים נירולוגיים מעידים שהמוח שלנו עצמו משתנה, והדבר משפיע על מאווינו, על דרך המחשבה שלנו ועל בחירותינו. הצרכן החדש - מה הוא רוצה? מספק למשווקים דרכים מעשיות לשימוש בפסיכולוגיה הצרכנית החדשה. יארו מראה כיצד לשלב טכנולוגיה וחדשנות במטרה לחזק את תדמית המותג; כיצד להשתמש באותנטיות וביושרה כדי לזכות באהבתו של הלקוח ובנאמנותו; כיצד להציב את ההעדפות והצרכים של הקונה בקדמת הבמה; וכיצד לספק חוויה רבת עוצמה ויחד עם זאת לא מורכבת מדי. בעזרת האסטרטגיות של יארו יוכלו משווקים ליצור קשר יעיל יותר עם הצרכנים ובכך להביא להגדלת הרווחים ולהצלחת הארגון. "בעולם הקניות, הצרכן החדש - מה הוא רוצה? יכה גלים. הספר החשוב הזה מסביר הכול, חושף לאן פנינו מועדות ומראה כיצד יחידים וחברות יכולים לקדם את ההיצע שלהם בה בעת שהם מקדמים את השורה התחתונה." פאקו אנדרהיל, מנכ"ל "קצב השינויים בעולם הקמעונאי מסחרר, והדבר בולט במיוחד בתחום המסחר המקוון. הדגש של קיט על הגורמים המרכזיים בשינוי הזה, כולל הצורך באותנטיות, בחדשנות מתמדת, ובבניית קהילה, קולע למטרה. הצרכן החדש - מה הוא רוצה? מלא בתובנות נפלאות, בסיפורים מרתקים וברעיונות שימושיים."