

Книги о маркетинге: рекомендуем почитать

Каникулы в самом разгаре, отметить сессию уже успели практически все, и вот самое время забыть о бессонных ночах, с трудом написанных курсовых и с еще большими усилиями защищенных. Забыть на 2 недели можно практически все, но только не то, что через несколько лет или месяцев вы станете большими маркетингологами или великолепными логистами. Для тех, кто все же хочет стать великим и могучим профессионалом, наша подборка лучших книг о маркетинге и не только.

Ведь каникулы созданы не только для того, чтобы спать, гулять и развлекаться. Можно немного почитать и потом так взять и удивить Светлану Васильевну Разумову, сказав, что вы даже без обязательных эссе читаете!

Must read:

1. “Маркетинговые войны” Джек Траут, Эл Райс

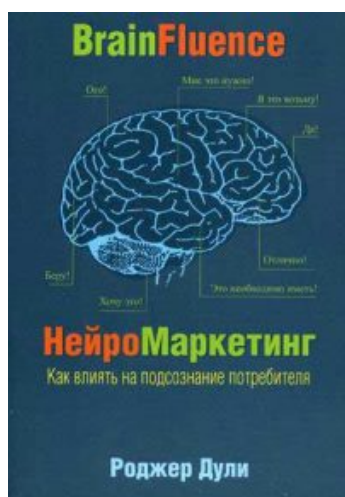


Маркетинговые войны

Если теория маркетинга начинается с Ф.Котлера, то настоящие боевые действия точно с Дж.Траута. Эта книга расскажет вам о том, о чем никогда не рассказывают в университетах. Начините учиться настоящему маркетингу.

“Никогда не забывайте, что маркетинговая война – это состязание умов, и поле боя – тоже человеческий ум. На него должны быть нацелены все наступательные операции. Ваша артиллерия – это всего лишь слова, изображения, звуки”

2. “НейроМаркетинг” Роджер Дули



НейроМаркетинг

Знаете, почему булочки всегда находятся в конце торгового зала и как рекламисты нас заставляют покупать порой ненужные вещи?

“НейроМаркетинг” содержит краткие и простые выводы, предлагая основные стратегии работы с покупателями. Книга написана живым и легким языком, хорошо структурирована и является замечательным руководством к действию. Хотите знать, как влиять на подсознание потребителя? Тогда ищите книгу и обязательно читайте.

“Большая часть нашего мышления подсознательна – то есть совершенно недоступна прямому, сознательному самоанализу.”

3. “Феномен ZARA” Ковандога О’Ши



Феномен ZARA

История успеха одной из самых влиятельных компаний мира. Феномен ZARA – это элегантность и утонченность, это легкость шелковой тканей, это почти ощущаемый стук каблуков по мраморному полу, это восхищенные взгляды мужчин и женщин. Узнайте, как появляются компании с громкими именами, на примере ZARA. “Быть бизнесменом, только чтобы быть богатым, – это трата времени.”

4. “Фиолетовая корова” Сет Годин



Фиолетовая корова

Вам не придется тратить огромные деньги на рекламу, если ваше предложение клиентам будет уникальным, а ваш маркетинг – вирусным. Все, что отличается от большинства, привлекает внимание и выделяет вас среди остальных. “Фиолетовая корова” – это книга для начинающих маркетологов. Читается легко и быстро, в ней достаточно красочных образов и понятных примеров. Она еще раз доказывает, что хороший продукт при плохом маркетинге не имеет шансов на успех.

“Если вы хотите создать выдающийся бизнес, вам непременно важно создать выдающийся продукт или услугу. Быть скучным – самая рискованная стратегия.»

5. “Реклама. Игра на эмоциях” Алексей Иванов



Реклама. Игра на эмоциях

“Хороших книг по рекламе очень мало (как и хорошей рекламы, к сожалению).”

Эта книга посвящена самому важному аспекту рекламы: умению вызывать эмоции. Ведь решения о покупке по-прежнему в основном принимаются эмоционально. В книге описаны 7 эмоций: зависть, любопытство, страх, любовь, жадность, тщеславие, чувство вины. Каждая глава книги раскрывает отдельную эмоцию. В каждой главе приведены примеры и иллюстрации, объясняющие каким образом можно управлять потребителем, играя на данной эмоции. Не заиграйтесь!

Путинцева Екатерина