



خلاصه کتاب: مجذوب‌سازی

آنچه در چکیده کتاب «مجزوب‌سازی» می‌آموزید

واژه مجذوب‌سازی از ریشه لاتین فسیبر می‌آید که به معنی افسون کردن و اسیر کردن به شکلی است که هیچ‌کس توان مقاومت در برابر آن را نداشته باشد.

توانایی مجذوب‌سازی دیگران قابلیت قدرتمندی است که شرکت‌ها می‌توانند برای تبلیغ محصولات و خدماتشان استفاده کنند. در چاپ دوم کتاب مجذوب‌سازی که تصحیح شده چاپ پرفروش اول این کتاب در سال ۲۰۱۰ است، سالی هاگسید، کارشناس برندسازی، روش بازاریابی و جذب مشتریان با محصول را تشریح می‌کند.

هاگسید در چاپ اول این کتاب توضیح می‌دهد که چرا بعضی ایده‌ها و افراد مردم را مجذوب می‌کنند؛ اما در چاپ جدید از این هم فراتر رفته و از دلیل مجذوب‌سازی به روش مجذوب‌سازی می‌رسد.

او به بازاریابان آموزش می‌دهد که چطور از تاکتیک‌های برندسازی برای فروش محصولات و خدماتشان استفاده کنند.

مدیر سبز معتقد است که مجذوب‌سازی مشتری می‌تواند به کار آسانی برای بازاریابان، کارآفرینان، مشاوران، مربیان، سخنرانان و صاحبان کسب‌وکارها تبدیل شود.

[membership_protected_links]