**新 书 推 荐**

**中文书名：《消费者行为之书：探索情感在决策中如此重要的原因》**

**英文书名：THE CONSUMER BEHAVIOUR BOOK: Exploring the Reasons Why Emotions Are So Important in Decision-Making**

**作 者：Anthony Tasgal**

**出 版 社：LID Publishing**

**代理公司：ANA/Jessica**

**页 数：160页**

**出版时间：2024年10月**

**代理地区：中国大陆、台湾**

**审读资料：电子稿**

**类 型：经管**

**内容简介：**

新古典经济学假设大多数人都有明确的偏好，并根据这些偏好做出明智的、自利的决定。但在现实世界中，情况往往并非如此。这本书结合了经济学和心理学的元素，帮助你了解消费者如何以及为什么会以他们真正的方式行事。

作者以行为经济学为基础，解释了消费者选择中的异常现象，以及真正影响人类行为、偏好和决策的因素。通常情况下，情感和经济因素在消费者行为中起着至关重要的作用。因此，行为经济学通过理解消费者的决定是如何受到影响的，可以对商业和营销策略提供重要的帮助。

**作者简介：**

**安东尼·塔斯加尔（Anthony Tasgal）**是一位培训师、作家、演讲者、品牌战略家和讲师。他也是一名营销顾问和教育家，专门研究行为经济学、洞察力和讲故事。在此之前，他是领先广告公司的策划师。他是屡获殊荣的《故事力思维》（*The Storytelling Book*）和《洞察力思维》（*The Insight Book*）（LID）的作者。他还在伦敦传播学院、雄鹿新大学、诺丁汉特伦特大学和北京师范大学珠海分校任教。他的著作《灵感博物馆》（*The Inspiratorium*）是一本汇集了洞察力、灵感和好奇心的纲要和“碰撞作用域”。

**《消费者行为之书：探索情感在决策中如此重要的原因》**

引言：我们为什么需要一种理论？

**第一部分：构建行为经济学理论之路**

**第二部分：关键原则**

原则一：超越理性思考

原则二：我们大多处于无意识状态

原则三：情感为何重要

原则四：市场调研的若干问题

原则五：我们是社会性动物

原则六：选择架构与框架效应

**第三部分：结论**

1. 对旧秩序的新挑战

2. 迈向新模型

3. 构建综合理论

尾注

致谢

关于作者

**感谢您的阅读！**

**请将反馈信息发至：版权负责人**

**Email**：**Rights@nurnberg.com.cn**

安德鲁·纳伯格联合国际有限公司北京代表处

北京市海淀区中关村大街甲59号中国人民大学文化大厦1705室, 邮编：100872

电话：010-82504106, 传真：010-82504200

公司网址：[http://www.nurnberg.com.cn](http://www.nurnberg.com.cn/)

书目下载：<http://www.nurnberg.com.cn/booklist_zh/list.aspx>

书讯浏览：<http://www.nurnberg.com.cn/book/book.aspx>

视频推荐：<http://www.nurnberg.com.cn/video/video.aspx>

豆瓣小站：<http://site.douban.com/110577/>

新浪微博：[安德鲁纳伯格公司的微博\_微博 (weibo.com)](https://weibo.com/1877653117/profile?topnav=1&wvr=6)

微信订阅号：ANABJ2002

