



„Užkrečiama“ Jonah Bergeris

Aprašymas

Manote, kad paslaptis slypi reklamoje? Bet ar tikrai? Iš tiesų, žmonės dažniausiai nepaiso reklamų – jie klausosi, ką kalba kiti. Tačiau kodėl apie vienus produktus ir idėjas kalbama daugiau nei apie kitus? Kodėl kai kurios istorijos ir gandai ima skliti lyg virusas?

Rinkodaros profesorius Jonah Bergeris (JAV, Pensilvanija) ištisą dešimtmetį tyrinėjo, kaip žinios apie produktą sklinda iš lūpų į lūpas, kokią įtaką daro socialinė aplinka, kai renkamės automobilį, drabužius ar vardą naujagimiui.

Knygoje autorius pristato šešis pamatinius principus – Žingsnius, – kurie lemia, kad įvairios idėjos ir daiktai taps užkrečiami. Kad ir kas būtumėte: didelės bendrovės vadybininkas ar mažutės įmonės savininkas, politikas, kandidatuojantis į parlamentą, ar sveikatos priežiūros darbuotojas, ši knyga pamokys, kaip idėjas ir produktus išgarsinti.