

<<品牌的起源>>

图书基本信息

<<品牌的起源>>

内容概要

<<品牌的起源>>

作者简介

<<品牌的起源>>

书籍目录

| |
|---|
| 总 序 定位理论 |
| 推荐序 品牌定位体系巅峰之作 |
| 前 言 |
| 定律1 生命的大树 1 The Great Tree of Life |
| 定律2 预测未来 9 Predicting the Future |
| 定律3 分立和征服 17 Divide and Conquer |
| 定律4 渐变 vs. 分化 27 Gradual Change vs. Divergence |
| 定律5 时钟收音机的诅咒 39 The Curse of the Clock Radio |
| 定律6 瑞士军刀式思维 51 Swiss Army Knife Thinking |
| 定律7 糟糕的创意从未消失 73 Bad Ideas Never Die |
| 定律8 高科技品牌的大树 85 The Great Tree of High-Tech Brands |
| 定律9 低科技品牌的大树 111 The Great Tree of Low-Tech Brands |
| 定律10 缺失环节的奥秘 139 The Mystery of the Missing Links |
| 定律11 第一者生存 149 Survival of the Firsdest |
| 定律12 第二者生存 171 Survival of the Secondest |
| 定律13 修剪的威力 189 The Power of Pruning |
| 定律14 创造一个品类 209 Creating a Category |
| 定律15 确立一个敌人 235 Establishing an Enemy |
| 定律16 推出品牌 243 Launching the Brand |
| 定律17 总结 259 Wrapping Things Up |
| 附录A 定位思想应用 270 |
| 附录B 企业家感言 273 |

<<品牌的起源>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>