

<<线上竞争力>>

图书基本信息

书名：<<线上竞争力>>

13位ISBN编号：9787113068592

10位ISBN编号：7113068596

出版时间：2006-4-1

出版时间：中国铁道出版社

作者：（美）理查德·格斯曼（Gerstman M.），（美）赫伯特·迈耶斯（Meyers H.）

译者：王宏建

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>

## <<线上竞争力>>

### 内容概要

伴随着网络经济的飞速发展，越来越多的企业开始重视利用网络宣传自己。

本书通过集中探讨惠普、微软、百事可乐、麦当劳等企业如何利用数字化的思想、技术以及手段开展品牌的策划、创建、推广以及管理。

12位品牌企业的商业精英坦陈了他们在新的市场环境下网络零售和网络品牌的观点和方法，是一部关于怎样提高企业品牌在线竞争力的佳作，对所有企业都有深刻的借鉴意义。

## <<线上竞争力>>

### 作者简介

理查德·格斯曼 Interbrand美国分公司董事会主席。  
1970年他与设计师赫伯特·迈耶斯在纽约合伙成立了格斯曼·迈耶斯公司。  
1996年该公司并入Interbrand集团。  
服务客户包括强生公司、家乐氏、AT&T、通用汽车以及宝洁公司。

## &lt;&lt;线上竞争力&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 惠普：互联网大爆炸 宝加娜·法赞瑞克 惠普公司前国际市场营销及品牌管理总监 从30吨的电子数字积分计算机到个人电脑 原模拟数据转换为可利用的信息 互联网是商业的重要组成因素 互联网是您取之不尽的资源 将商务划分为更细分的营销块 互联网上品牌延续的必要性第二章 麦当劳：从传统零售到网络销售 大卫·B·格林 麦当劳国际公司高级营销副总裁兼高级营销官 在线营销和非在线营销 网络零售品牌的人性化销售 营销网络零售的战略问题 在网上与消费者建立联系 与互联网合作商共同开展零售业务 互联网作为志同道合之人的集会地第三章 网络杂货：网络零售的前瞻 弗雷德里克·J·霍罗威茨 网络杂货公司（netgrocer.com）创始人之一 在线和非在线推销 在网上发挥现有优势 为网络零售制定正确的产品策略 网络零售解决方案 执行——网络零售的未来第四章 红信封：网络品牌 希拉里·比林斯 红信封礼品公司董事会主席兼首席营销官 互联网品牌公司——私有品牌的全新形式？  
建立网络品牌面临的挑战 开发朗朗上口的网络品牌名称 网络品牌定位 网络品牌人性化第五章 Interbrand：网络品牌的战略性角色 德伯·夏里 Interbrand互联公司总裁 安迪·贝特曙 Interbrand互联公司管理总监 品牌的战略地位 放弃控制 社区参与 .....第六章 宝洁：互联网上包装商品的原理第七章 Interbrand：数字化视觉效果的品牌设计第八章 绿野在线：互动品牌设计研究第九章 百事可乐：与消费者交往第十章 Organic：与广告业的对接第十一章 市场动力：品牌识别及相关法律第十二章 微软：21世纪电子商务的展望

<<线上竞争力>>

章节摘录

插图

## <<线上竞争力>>

### 媒体关注与评论

书评2位大师：理查德·格斯曼+赫伯特·迈耶斯。

12家公司典范：惠普、麦当劳、网络杂货公司、红信封，Interbrand、宝洁、绿野以线、百事可乐、Organic、Markforce、双鸟、微软。

14位品牌精英：宝加娜·法赞瑞克、大卫·B·格林、弗雷德里克·J·霍罗威茨、希拉里·比林斯、德伯、夏里、安迪·贝特曼、菲菲妮·李·贝希托尔德、查尔斯·E·伯莱默、鲁迪·纳迪罗·大卫·A·布尔维克、强纳森·尼尔松、阿兰·普鲁特·莫拉克·麦克唐纳德、罗伯特·J·赫尔博德。

许多关于品牌的一成不变的准则实际上并未改变，真正已经改变的是交流工具和途径有了一个空间的延伸，分销和公司或顾客的联系能力同样也有了空间的延伸。

——宝加娜·法赞瑞克，惠普公司前国际市场营销及品牌管理总监 通过充满智慧的营销，利用网络的能量，以前什么品牌也不是的产品可以成为国家级的知名品牌。

——弗雷德里克·J·霍罗威茨，网络杂货公司（netgrocer.com）创始人之一 由于人们不能在网上观看、触摸或感受真实的产品，这使得拥有强势品牌、获得高额品牌资产以及培养强烈的品牌意识成为网络品牌成功的主要因素。

——菲菲妮·李·贝希托尔德，宝洁公司信息技术总监 当今，几乎没有几家公司有理念或者资源来真正地出色地驾驭在线品牌建设。

——大卫·布尔维克，百事可乐公司高级副总裁兼营销主管 品牌将在未来的互联网上起重要作用，但是“上网”这个词将消失并被“数字信息服务”取代。

——罗伯特·赫尔博德，微软公司执行副总裁兼首席运营官

<<线上竞争力>>

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>