

<<命名强力品牌>>

图书基本信息

书名：<<命名强力品牌>>

13位ISBN编号：9787208044623

10位ISBN编号：7208044627

出版时间：2003-8

出版时间：上海人民出版社

作者：德拉诺(Delano Frank)

页数：337

字数：234000

译者：陈永辉

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>

<<命名强力品牌>>

内容概要

命名品牌，如同远见卓识的父母给一个出世的婴儿起名，注入了命名者的期望，折射出命名者的品位与光芒。

这是美国第一品牌策划师的倾情之作，其独门心得“品牌命名七大原则”极具使用价值，可以帮你学会抓住一个产品的本质，使你变得更具创造力，避免踏入“取个不幸的名字”的黑洞。

无论你是一个营销、广告、产品开发或市场研究部的专门人员，还是一个品牌经理，一个商标代理商，一个企业公关人员，或是企业标志性产品的负责人，这本书对你而言都是一本不可或缺的，能叩响品牌策划领域大门的完全手册。

<<命名强力品牌>>

书籍目录

致谢前言第一部分 寻找一个卓越的品牌名称 第一章 一个没有界限的品牌 第二章 现在的流程 一个过时的、无效率的方式 为什么广告代理商通常会在品牌命名中失败 为什么不能依赖电脑生成的名称 什么时候名称市场调查是在浪费时间和金钱 第三章 一种全新的概念：至尊无上的品牌名称 “晨唤铃” 今天的品牌名称 取名小组 搜索难以捕捉的单词或音节 “救命” 品牌的诞生 商标代理人 取名过程中确定一个实用流程的必要性 Namevoyage电子取名程序 第四章 为产品和公司命名的诀窍 需要激情、勤奋和想象力 语音的重要性 哪些是有效的 哪些是无效的 第五章 七大被证实的准则 强力的品牌名称 向你自己提问 悲惨的名称 第六章 一个实用的流程 开始 寻找设计品牌名称的方法 确定哪些是应该的，哪些是不应该的 定位目标客户及竞争对手 性别特征 品牌名称设计中两种最好的语言 品牌名称的真正设计 形象定位图 回到七个被证实的准则上来 语言审查 与目标客户一起检验你的最佳名称 最终候选名称的提交 推出强力的公司标识 推出一个强力品牌名称第二部分 把一个伟大的品牌名称打造成为强力品牌：美国公司和欧洲公司的实战经验 第七章 “强力品牌”的诞生 第八章 为创建品牌而制作的广告 第九章 强势品牌营销的另一面 结语

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>