

<<第三种品牌雇主品牌>>

图书基本信息

书名：<<第三种品牌雇主品牌>>

13位ISBN编号：9787302143185

10位ISBN编号：7302143188

出版时间：2007-2

出版时间：清华大学

作者：孟跃

页数：200

字数：217000

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>

<<第三种品牌雇主品牌>>

内容概要

“十年树人，百年品牌”。

企业第三种品牌即雇主品牌，是一种品牌人力学新论，旨在为读者揭示一个崭新的品牌天地。

雇主品牌是继企业形象品牌、产品品牌之后的第三种品牌，它是以雇主为主体，以核心雇员为载体，以为雇员提供优质与特色服务为基础，旨在建立良好的雇主形象，提高雇主品牌在人才市场的知名度与美誉度，从而汇聚优秀人才，提高企业核心竞争力的一种战略性品牌建设。

雇主品牌建设是一个新型的品牌战略，铸造卓越的雇主品牌就是通过品牌吸引你的员工，促进企业形成最优秀的人才竞争机制。

企业如同航船，战略如同灯塔；雇主如同舵手，而员工如船员，大海航行靠舵手。

雇主品牌强调的是将个人品牌意识融入企业品牌建设中，并推行至企业内部每一个员工的品牌竞争意识中。

人才是品牌动力的源泉，如何培养国内企业雇主品牌战略意识，塑造雇主品牌形象，吸引并留住人才，提高雇员忠诚度，降低人才管理成本，打造人才竞争优势？

本书将秉承实战性、实用性、实效性为你全程解读。

雇主品牌建设是一种动力，一种竞争力，更是一种生产力。

<<第三种品牌雇主品牌>>

作者简介

孟跃，北京方德智业国际广告公司掌门人，河北天润成恩酒业有限公司总经理，品牌管理专家，实战营销驱动专家。

首创企业雇主品牌、员工品牌和意见领袖之品牌价值链驱动体系，突破传统企业品牌竞争领域，开创“品牌蓝海战略”，以“我们不是去服务品牌，而是去创造品牌”为宗旨

<<第三种品牌雇主品牌>>

书籍目录

第一章 开创“第三种品牌”	1.1 第一种品牌：产品品牌	1.2 第二种品牌：企业形象品牌	1.3 第三种品牌：雇主品牌
1.3.1 一个崭新的品牌天地	1.3.2 一个品牌就是一个世界	1.3.3 优化企业的“内部品质”	1.4 第三种品牌是人性经济指标
1.4.1 第三种品牌具有更高的品牌地位	1.4.2 以人治人的雇主品牌	1.4.3 人不是工作机器	1.4.4 快乐工作新主张
1.4.5 雇主也有快乐工作的权力	第二章 “第三种品牌”管理	2.1 苦练内功做个好雇主	2.1.1 雇主品牌定位是第一要义
2.1.2 雇主品牌的四项基本内功	2.1.3 修炼雇主品牌的人性化形象	2.1.4 培养雇主品牌的内部情感	2.1.5 发挥雇主品牌的驱动力
2.2 通过品牌吸引你的员工	2.2.1 优秀的雇主品牌是金字招牌	2.2.2 我们和跨国公司最大的差别	2.2.3 创造雇主品牌价值的基本框架
2.2.4 为赢得忠诚而管理	2.3.1 以忠诚度为基础的团队管理	2.3.2 打造员工忠诚度系统价值链	2.3.3 雇主品牌管理和维护
2.4 为赢得快乐而管理	2.4.1 让员工快乐工作的“四境”	2.4.2 让员工快乐工作的“三纬”	2.4.3 企业内中产阶级“四类人”
2.5 案例：惠普之道——对人的信任	2.6 案例：弗利特银行——用量化法解决员工流失问题	第三章 “第三种品牌”整合传播	3.1 传播雇主品牌的有效途径
3.2 雇主品牌的整合传播策略	3.2.1 广告宣传：品牌越大，形象越需要人性化	3.2.2 公共关系：提高对社会公众的影响力	3.2.3 口碑传播：没有什么比公司员工说另一番话更坏
3.2.4 网络宣传：世界是平的	3.2.5 关系营销：建立“品牌忠诚度”	3.2.6 其他宣传策略：延伸至品牌的每一个层面	第四章 “第三种品牌”价值
4.1 补白企业整体品牌建设	4.2 汇聚天下英才而善用之	4.3 让平凡的人做出不平凡的事	4.4 让员工成为“活品牌”
4.5 实现和谐快乐工作目标	4.6 分享惠普之道——灵活的上班时间	第五章 “第三种品牌”体验	5.1 快乐工作，工作快乐
5.2 雇主品牌成就个人品牌	5.3 没有失败者	5.4 “以人为本”成就卓越品牌	5.5 体谅和尊重每一位员工
5.6 健康的工作境界	第六章 “第三种品牌”修炼	6.1 “第三种品牌”战略意识修炼	6.1.1 调研：什么样的雇主让我们快乐工作？
6.1.2 调研：你对自己的职业满意吗？	6.1.3 组织健康调研：雇主品牌的生理和情感基础	6.2 “第三种品牌”战略管理训练	6.2.1 雇主品牌战略：如何塑造雇主品牌
6.2.2 雇主品牌建设沙盘模拟训练	6.2.3 卓越雇主品牌战略管理		

<<第三种品牌雇主品牌>>

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>