

<<并驾齐驱>>

图书基本信息

书名：<<并驾齐驱>>

13位ISBN编号：9787500574361

10位ISBN编号：7500574363

出版时间：2004-8-1

出版时间：中国财政出版社

作者：叶子彤

页数：298

字数：203000

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>

## <<并驾齐驱>>

### 内容概要

《并驾齐驱》的作者叶子彤曾在百事中国任职十余年，是业内公认的资深人士。

作者调查研究的能力和把握史实的技巧，以及生动流畅的文笔，令人信服地为读者提供了一幅百事可乐发展历程的全景画面。

作者在为百事可乐和它的亚文化所编写的这部百科全书式的书中，把百事可乐作为一个现代商业营销史的缩影，为读者留下了无穷的思索和启迪。

《并驾齐驱》是首部在中国大陆出版的系统介绍百事可乐的好书。

本书于2004年9月出版。

关注现代企业发展和世界跨国公司成功经历的人们，都将从本书有所获益。

## &lt;&lt;并驾齐驱&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 百事可乐发展史 第一章 概况 第二章 百事可乐大事记 悄然问世 初露锋芒（19世纪末至20世纪初） 惨淡经营 几经破产（20世纪20年代） 枯木逢春 重整旗鼓（20世纪30年代） 价格优势 声誉鹊起（20世纪40年代） 贴近生活 走向世界（20世纪50年代） 新生代 奋起直追（20世纪60年代至70年代初期） 百事挑战 脱颖而出（20世纪70年代中期至80年代初期） 一代选择 驰骋市场（20世纪80年代中期至90年代初期） 蓝色风暴 整合进取（20世纪90年代中期） 渴望无限 再铸辉煌（进入21世纪） 第三章 百事可乐商标标识演变史 第二篇 百事可乐与可口可乐竞争史 第四章 价格战拉开“可乐”大战的序幕 “天将降大任于斯人也” 机会源于一个“伟大的创意” 一样的价格，双倍的享受 战时“高品位享受”难以潇洒几回 第五章 广告战将“可乐”大战推向纵深 百事用自己的产品命名一代人 可口演绎“形象催化剂” “觉醒吧！你就属于百事新一代” “可口可乐才是真的” 醒来的巨人又沉沉睡去 “百事可乐，新一代的选择” “永远是可口可乐” 红色和蓝色却不会因之而褪减 中国市场相煎何急 网络广告硝烟再起 第六章 “百事挑战”赢得战机 最有说服力的是产品本身 “让你的感觉来决定” 味，需要甜些，再甜些 第七章 “新可乐配方”引发激战 历史上的一次最大胆的行销 “打破了我的美国梦” “胜利是醉人的” “用现在的眼光看过去，只能见到时光的倒影” 一跃成为全美最大的饮料公司 第八章 “斯力思”打响市场争夺攻坚战 第九章 国际市场“烽火”四起 第三篇 百事可乐之核心竞争力 第十章 企业文化“Ask for More（渴望无限）” 第十一章 品牌定位青春、活力、年轻、生命、时尚 第十二章 人文理念“Pepsi is People（百事的一切取决于人）” 第十三章 广告宣传策略“全明星”与“音乐和体育” 第十四章 组织架构合纵连横，建立有效的运营平台 第十五章 营销模式积极销售系统 第四篇 百事可乐在中国 第十六章 顺应改革开放，抢滩中国市场 第十七章 市场准入限制政策之沿革 第十八章 投资发展策略之三个阶段 第十九章 四川百事风波之始末 附录 百事可乐与可口可乐百年广告语摘录

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>