

<<全球80名牌争霸大战>>

图书基本信息

书名：<<全球80名牌争霸大战>>

13位ISBN编号：9787504330260

10位ISBN编号：7504330264

出版时间：1997-09

出版时间：中国广播电视出版社

作者：孙吉福

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>

## <<全球80名牌争霸大战>>

### 书籍目录

#### 目录

#### A部 竞争策略：“赢”（winning）

##### 一、开发“赢”的策略

- 1.企业的进攻目标
- 2.品牌攻势策略
- 3.业务分析的意义和局限
- 4.竞争优势的类型
- 5.开发竞争优势的策略
- 6.选择正确的策略去赢
- 7.“赢的策略”也必须不断变革

##### 二、“赢”的策略的三大程序

- 1竞争的三阶段
- 2.战略不是极为学术性的吗？

##### 3坚毅与智慧

##### 4.战略分析五步骤

##### 三、做品牌领导者（Leader）

###### - 品牌攻势营销

- 1.攻势营销（OffensiveMarketing）：实例与概念
  - 2.攻势营销运作及实例
  - 3.攻势营销 盈利营销
  - 4.盈利营销的运作资金
- ##### 四、做品牌领导者（Lder）
- ##### 攻势品牌发展的7大方法

- 1.品牌的结构
- 2.品牌的类型
- 3品牌内部和外部的核心
- 4.攻势品牌发展的7条万法

##### 五、做品牌领导者 Leader）

##### 新品牌攻势8大原则

- 1.新品牌攻势8大原则

#### B部 品牌竞争技巧与方法：理论与实例

##### 一、了解顾客和对手，你就能战胜竞争者

- 1.了解顾客的66个问题
  - 2了解竞争者的技巧
- ##### 二、品牌的价格竞争方法

- 1.三种定价方法
- 2.品牌定价的3种影响因素
- 3.品牌的价格调查
- 4.评价价格的特殊情况
- 5.价格竞争具体方法

##### 三、品牌的非价格竞争（NOn - Price Competition）

- 1.品牌形象（ThebrandImage）

## <<全球80名牌争霸大战>>

2。

品牌促销的其它形式

C部 大公司 小公司之竞争

一、小公司战胜巨无霸公司的技巧与实例

二、小“本田”挑战大“丰田”

1.在美国销量最大的日本车

2.美国人为什么喜好本田？

三、（小）丰田战（大）通用：策略与方法

1.丰田的海外策略

2.加大投资，提升竞争力

3.扩建出口工厂

4.革命性的“生产方式”

5.电脑设计的CAD/CAM

6.通用与丰田11项因素比较

四、大公司吞食小公司（1）

一购并（实例及技巧）

1.EXXON与Mobil

2.“大象吞大象”

3.吉列被吞并

4.烟草公司大收购 多角化经营

五、大公司吞食小公司（2）

失败的购买（实例及技巧）

D部 日美名牌争霸大战：实例与策略

一、日本公司寻找市场空隙的6大技巧

1.找出美国公司不愿进入的市场区隔

2.创造出新市场，直接与各国公司竞争

3.以行销创造力来开创机会

4.适应及改变顾客偏好

5.学习竞争者，击败竞争者

6.全力搜集竞争者的情报

二、进入美国市场的方法

1.进入前的准备

2.正式侵入的4种技巧及实例

三、日本公司市场渗透策略

1.产品发展3种策略

2.市场2种策略

3.市场弹性

四、对抗美国竞争者的5种战法

1.侧面进攻法

2.直接正面进攻法

3.迂回战法

4.游击战

5.对抗策略实例：电视机产业

五、防御与扩大战果：实例

六、日本全球市场扩张的3种策略

1.从发展中国家到发达国家的公司

## <<全球80名牌争霸大战>>

2.从发达国家到发展中国家的公司

3.全球营销线路

E部 竞争的另一种形式：合作

一、两大汽车巨霸暂时合作

1.丰田为何进入美国

2.竞争对手暂时握手合作

3.为什么合作

4.两巨子合作的“野心”

5.合作良好，非议颇多

6.合作中出现竞争

二、美欧如何对付日本挑战：竞争与合作

1.政府：竞争与合作的对付方法

2.公司：合作性对付方法

3.公司：竞争性对付方法

F部 品牌竞争的市场条件

一、在平等的竞争条件下的品牌策略

1.平等的理想的竞争特征

2.品牌竞争与市场条件（市场结构）

二、在垄断的市场条件下的品牌竞争策略

1.垄断市场的特征

2.品牌竞争策略及实例

3.新竞争者的进入

4.竞争市场和品牌

5.垂直组合与品牌

6.规模经济和区域经济

7.品牌：竞争的武器

一、市场的五大基本因素

1.市场容量

2.市场进入

3.市场承诺

4.市场需求

5.市场变化

二、产品（服务）竞争策略和步骤

1.产品定位

2.产品的生命周期

3.贯穿产品生命周期的策略

4.产品竞争

5.产品组合

6.产品设计

7.新产品/服务的策略

8.产品审查

三、日本公司竞争的四个步骤：实例

1.政府的支持

2.初次失败后的反思及步骤

一、哈佛竞争学

1.哈佛商学院概况

2.两次紧张的“案例教学”课堂实例

<<全球80名牌争霸大战>>

3.竞争决策学

二、美日名牌竞争力比较

- 1.日本人并不比别国人更具勤奋力
- 2美国名牌公司雇佣中等智商的人

<<全球80名牌争霸大战>>

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>