第一图书网, tushu007.com

<<品牌战略精要研究>>

图书基本信息

书名：<<品牌战略精要研究>>

13位ISBN编号：9787505856202

10位ISBN编号：7505856200

出版时间：2006-6

出版时间：第1版 (2006年6月1日)

作者：张传忠

页数：437

字数：300000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

实施名牌战略就是要提升技术、经济与文化的层次，追求社会物质文明与精神文明的共同进步。
实施名牌战略首先是适应市场竞争的要求，转变我国企业的市场经营模式，促使它们以对顾客负责、对社会负责的态度，打造中国名牌，就是要提升技术，强化管理，给顾客提供高价值的产品、高质量的服务、高水平的生活质量。
但是，真正的名牌战略不是单个企业的行为，而是一个民族共同的行动。
企业打造名牌的基础是社会有“名牌”意识和欲望，公民有“名牌”知识和素质，经营者有“名牌”方略和志向，政府有“名牌”政策和制度。
真正的名牌战略是一个社会风气，是民族人心所向，是社会生活的每一个部分。
本书为对名牌战略的背景、动因、内涵、市场营销革命、关键点、难点、重点、经济分析、支持体系作了探讨。

书籍目录

前言1 名牌战略的背景和动因 1.1 改革把企业推向市场主体地位 1.2 市场配置资源的效率已初步显现 1.3 市场约束与竞争的激烈化 1.4 经济全球化的竞争压力 1.5 欲胜先争优 1.6 通过名牌战略争取优胜 小结2 名牌战略的内涵 2.1 名牌的意义 2.2 名牌战略的经济内涵 2.3 名牌战略的文化内涵 2.4 名牌的旗帜是信誉 小结3 以名牌战略为导向的市场营销革命 3.1 营销功能的变化 3.2 市场营销手段的变化 3.3 顾客满意管理 小结4 名牌战略的关键点——如何创造名牌 4.1 名牌战略的基本条件分析 4.2 品牌个性规划 4.3 品牌标识管理 4.4 品牌传播管理 小结5 名牌战略的重点——如何发挥名牌的作用 5.1 产品经营战略 5.2 竞争战略 5.3 新业务发展策略 5.4 名牌资本经营战略 5.5 国际化经营策略 小结6 名牌战略的难点——如何延伸名牌生命 6.1 品牌生命理论 6.2 延长品牌生命的主要途径 6.3 品牌延伸 6.4 市场营销创新 小结7 名牌战略的经济分析 7.1 名牌战略的经济分析原理 7.2 名牌战略的成本分析 7.3 品牌价值评估 小结8 名牌战略的支持体系 8.1 企业内部的支持体系 8.2 管理创新 8.3 品牌管理组织 8.4 企业外部支持体系 小结参考文献

第一图书网, tushu007.com

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