第一图书网, tushu007.com

<<品牌公理>>

图书基本信息

书名：<<品牌公理>>

13位ISBN编号：9787506022729

10位ISBN编号：7506022729

出版时间：2007-2

出版时间：东方

作者：李兴浩

页数：318

字数：345000

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

本书给出一个理论，让您了解消费者的价值所在，让您知道品牌的本质是什么，品牌怎么赚的钱，只牌赚谁的钱。

本书给出一个模型，让您对您的品牌做出全面的分析，了解做品牌的关键所在，让企业在做品牌时找到最佳的着力点。

本书阐述一个思想，做品牌并不难，并不要花很多钱，品牌就在企业对待客户或消费者的态度中，就在企业的一言一行中。

本书所要告诉您的，是思想，是规律，是理论，而不是僵化的教条和方法，当您了解了本书所提出的思想后，您会发现您不再是束手无策，进退两难，行动即错。

您以品牌来体现卖力的方法和点子将有如滔滔江水，连绵不绝，并且行效，花最的钱，产生最大的卖力，取得最好的效果。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

李兴浩，1954年生出，广东省佛山人。
中共党员，中央党校政法98级本科毕业，工商管理MBA，中国领导科学研究院博士。

李兴浩目前担任的职务有：广东志高空调有限公司董事长兼总裁、党支部书记，韩国现代株式会社会中国空调制造中心董事长兼部经理，广东粤广数码股份有限公

<<品牌公理>>

书籍目录

加强品牌执行力品牌的金融虚拟性品牌不再神秘传播的平衡点从经济学角度看品牌从公品牌需要经营城市品牌：一种理想生活的实现前言第一章　品牌印象　品牌的镜子——品牌是一面镜子，每个从中看到的都是自己，并且是理想中的自己　五岁的品牌经理——五岁的孩子能够分辨父母的不同作用，这正是品牌的基本原理　挂羊头卖狗肉的玄机——一件东西不仅要看它是什么，还要看它叫什么　IBM为什么要卖掉PC业务——当代科技领先者沦为电器制造商时，我们可以想见“蓝色巨人”的痛苦第二章　品牌心理　　普通心理现象——让我们了解大脑是怎样认知世界并做出处理的　品牌的心理机制——品牌自有独特的心理运作模式　可口可乐攻心术——真正的！
好感觉！
这还不足以让你忠诚于她吗第三章　商业生态　鹦鹉营销家——只要鹦鹉学会讲“买”和“卖”两个词，就能成为出色的营销家　胜利者的游戏——这是一个胜利者的世界，失败者在商业竞争中是没有发言权的　品牌：赚谁的钱——你可以赚自己的钱，也可以赚消费者的钱　李宁：拿什么走向国际化——在世界商业丛林中，李宁迷路了第四章　品牌卖力　浮出海面——浮出来，让人看到你，认得你　寻找核心和焦点——拥有核心不足以成就一个品牌，没有核心就不知道是什么品牌　形成卖力高峰——当你冻成了冰，成就了高峰后，你才能站在市场的海面上　奥妮：把自己丢了——把心丢了，把面孔也丢了，市场还能认得你吗第五章　品牌交换能力第六章　品牌体验力第七章　品牌推动力第八章　品牌价值第九章　品牌战略　第十章　品牌原则与关系第十一章　品牌永续发展之路第十二章　超级利润的实现

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