

<<品牌本质是发现梦想>>

图书基本信息

书名：<<品牌本质是发现梦想>>

13位ISBN编号：9787506037419

10位ISBN编号：7506037416

出版时间：2010年1月

出版时间：东方出版社

作者：[日]片平秀贵

页数：237

译者：林燕燕

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>

<<品牌本质是发现梦想>>

内容概要

本书对第一版做了以下几个方面的调整：在形式上，把原来的三章分为十一章便于阅读；在内容上，对前四章做了大量修改，不但添加了新的内容，而且重点提出了什么是“品牌”。

采访部分大体相同，但也补充了采访索尼公司的出井伸之社长的新内容以及对诺德斯特龙公司的约翰·惠特凯尔董事长和布莱克·诺德斯特龙总裁的采访。

最后的三章也有大量修改，特别是最后一章重新添加了我对近期品牌相关问题的看法。

<<品牌本质是发现梦想>>

作者简介

片平秀贵，东京大学经济学系教授，同时担任加州大学伯克利分校哈斯商学院和宾夕法尼亚大学沃顿商学院的客座教授，以及日本市场·科学学会理事。
主要著作有：《市场·科学》和《新消费者分析》。

<<品牌本质是发现梦想>>

书籍目录

新版序言出版寄语 本田技研工业株式会社董事长社长 川本信彦第1部 品牌的时代 1. J的悲剧
品牌是顾客头脑中的存款户头 好的商品 强大的品牌 强大的品牌 强大的企业 2. 梅塞德斯一
奔驰和耐克 追求梦想的经营者和普通员工 三叉星与对号 第一个顾客 与顾客交流 良好市
民 身陷困境(1): 翻车事件和企业合并风波 身陷困境(2): 亚洲区工厂发生的“暴力事件”和企业
重组 3. 品牌与非品牌 品牌是有生命的 品牌是名称 品牌是世界 品牌是一个企业模式
市场主导型 品牌主导型 美国模式和欧洲模式 4. 何谓“超级品牌” 公布的品牌排名
Landor实力印象调查 品牌资产评估调查 世界最知名品牌 专家选出的“大品牌” 何谓“
超级品牌”的标准 本书研究的品牌对象 采访(1)梅塞德斯一奔驰: 梅塞德斯的财富是 采
访(2)耐克: 站在体育巅峰 第2部 超级品牌的法则 5. 超级品牌的三大法则 梦想法则: 超级品牌
怀有梦想 超级品牌中流淌着热血 “梦想”是第五经营资源 经营者是梦想的指挥者 一贯
性法则: 超级品牌具有一贯性 时间的一贯性第3部 从超级品牌看日本社会后序

<<品牌本质是发现梦想>>

章节摘录

第1部 品牌的时代 1.J的悲剧 当我做有关品牌的演讲时，演讲前通常会提出以下三个问题。

- 你知道自动调焦相机刚刚问世时的品牌吗？
- 你知道“索尼随身听”吗？
- 你认为自动调焦相机和随身听哪一个在技术上更为创新呢？

虽然在场接受问卷调查的人数从50—200人不等，但是每一次的结果都惊人的相似。能够正确回答出自动调焦相机的品牌名称的人几乎为零，也几乎没有人不知道随身听。尽管如此，每次还都有60%。

70%的人认为自动调焦相机比随身听技术更创新。

关于自动调焦相机技术的创新性，及其后来对照相机市场的强烈冲击在此无需赘述。这种技术是照相机史上水平最高的一次革新，它将使用者从设定光圈和快门的速度以及调焦这些繁杂的工序中解放出来。

正是因为有了这样的技术，日本的女性才能够在游览世界各地时尽情地拍照。

既然如此，它应该得到相应的赞誉。

然而遗憾的是，没有人能记住最初生产它的企业在哪，当时的品牌是什么。

这个悲剧的主人公就是J小西六写真工业（原名，现更名为柯尼卡）的柯尼卡C35AF自动调焦相机。也许还是会有很多人对这个名字感到陌生。

然而众所周知，把小型便携式录音机作为专业播放设备并配上耳机，仅仅是这样在技术上谈不上任何创新的产品，索尼的随身听却在世界范围内备受青睐。

<<品牌本质是发现梦想>>

编辑推荐

《品牌本质是发现梦想》是集合全球最佳商业图书打造企业顶尖培训教材，只有追求梦想的经营
者才能打造超级品牌。

- 1.让你的品牌拥有伟大的梦想。
- 2.超级品牌是如何锻就与革新的。
- 3.符合伦理革新观念创造流行。
- 4.品牌营销梦计划的四个步骤。

确定新观念制造新产品迈向新战场。

超级品牌九大法则： 第一法则 超级品牌有梦想。

第二法则 超级品牌始终如一。

第三法则 超级品牌有创新性。

第四法则 超级品牌的主角是经营者。

第五法则 超级品牌是日本模式。

第六法则 超级品牌拥有超级顾客。

第七法则 超级品牌是俱乐部。

第八法则 超级品牌永葆青春。

第九法则 超级品牌合乎伦理性。

<<品牌本质是发现梦想>>

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>