第一图书网, tushu007.com

<<奥美观点精选品牌卷>>

图书基本信息

书名：<<奥美观点精选品牌卷>>

13位ISBN编号：9787509201169

10位ISBN编号：7509201160

出版时间：2009-7

出版时间：中国市场出版社

作者：奥美公司

页数：179

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

前言

1993年春的某个下午，刚到广告公司工作不久的我，在北京海淀图书城一家书店的角落里发现了一本名为《一个广告人的自白》的小书，作者叫大卫·奥格威。
那之前，我既没听说过这本书，也不知道大卫·奥格威是何许人也。
但书的内容马上抓住了我。
我买回去，如饥似渴地读完，对广告业一片混沌的头脑突然开了个窍。
《一个广告人的自白》成了真正意义上引我入行的第一本专业书，大卫·奥格威也成了我所熟知的第一位广告大师，自此，我对奥美、奥美人物和与奥美有关的书产生了无比的倾慕。
1995年，我创办北京广告人书店（后更名龙之媒广告

第一图书网, tushu007.com

内容概要

作为全球最大的营销传播集团之一，奥美公司为众多世界知名的品牌提供专业性的策略顾问和传播服务，如广告、顾客关系营销、公关关系、互动营销、促销和视觉管理等。
而奥美自身，也成为一个值得尊重、高品质、有着非凡创造力和才智的品牌。
知识的分享与传承一直是奥美整合营销传播集团引以为傲的企业文化，先前出版的奥美系列丛书成功地将奥美长久积淀与创新探索而得的思考模式与运作方法与读者分享，并获得了极大回响。
最新策划的《奥美观点精选》系列丛书，按关键议题分为广告、文化、行销、品牌、公关五卷

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

全球品牌之管理 夏兰泽中国名牌全球化之路 夏兰泽从品牌管家到企业传播 白崇亮建立M品牌 杨名皓科技品牌十大迷思 庄淑芬当品牌与虚实共舞时——谈网络商务对品牌管理的冲击 庄淑芬如何在网络时代的速度下建立品牌 麦克·温德瑟关系就从品牌创意开始 Bruce Lee为品牌下定义 毕璞群为品牌说话 庄淑芬为品牌把脉 刘泳吟什么是品牌资产 周建辉品牌族谱规划——类别行销经理人的三大责任 James chadwick零售通路品牌在哪里 高端训Bravo! A Full House!——从整合

章节摘录

我刚刚是从全球角度介绍了品牌管家的作用。
现在，我想由不同角度来谈，我相信品牌管家可以成为中国品牌全球化之路。
首先，我要强调，品牌管家及我谈及的技巧，不论概念或实际上都是可以在中国推行成立的。
让我举一个最近的例子。
香港和其他地方的西方广告领域的评论者和经营者会有先人为主的观念，认为在中国，“品牌”的观念并不成熟，传播方式因而需更侧重理性而非情感因素；品牌常被认为是权威象征而非消费者积极参与的东西。
我很高兴和大家分享最近刚作完的一项完整、工程浩大的调查，是针对中国20～30岁消费者的。
结果非常

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