

<<实效主义与精信>>

图书基本信息

书名：<<实效主义与精信>>

13位ISBN编号：9787535617828

10位ISBN编号：7535617824

出版时间：2002-12

出版时间：湖南美术出版社

作者：李克编

页数：261

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>

<<实效主义与精信>>

书籍目录

我们追求实效 我们追求不同
建立世界级中国品牌-一个长远的观点
I.以创意取胜
创意，不再是天马行空
康泰克的传奇——塑造领导品牌
谁说品牌不可以永远年轻？
——利宾纳整合传播案例
从消费者的内心洞察出发——潘婷洗发水
针对消费者的动画——全能品牌新定位与宣传
II.以知识超越
精信“实效主义”的知识内核
III.以成功见证
做对才能做好
达能——一个成功的国际知名品牌
康师傅冰红茶用激情塑造品牌
绝地重生——从康泰克看危机公关与品牌重建万科——建筑无限生活
IV.以创新领先
远见成就未来
知识引领实距——精信客户关系营销实距
智能和知识驱动下的实效客户关系管理
从传播整合到营销整本——大从汽车北京国际车展推文案例
用新媒体打造品牌体验——EyeMo眼药水
V.关于精信
——对《实效主义与精信》的一点个人注解
展望21世纪的市场传播
精信全球发展里程碑

<<实效主义与精信>>

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>