第一图书网, tushu007.com

<<经典品牌故事全集>>

图书基本信息

书名：<<经典品牌故事全集>>

13位ISBN编号：9787800848254

10位ISBN编号：7800848256

出版时间：2006-1

出版时间：金城

作者：薛娜

页数：260

字数：296000

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

内容概要

品牌是一个综合、复杂的概念，它是商标、名称、包装、价格、符号、声誉、广告风格的总和，是消费者与产品之间的关系。
品牌的价值不是企业自己确定的，而是存活在消费者心目中。
综观当今世界著名品牌，无不因品牌的文化内涵而行销全球。
品牌营造的特有的品牌文化意境，易被消费者认同和接受。
事实证明，强势品牌最终可以影响人们的生活态度和观点，从而为企业带来长久的效益。
　　本书通过２００多个生动翔实的品牌故事，将世界名牌的品牌之道呈现于你的眼前，帮助你借鉴他们成功的经验，吸取他们失败的教训。
不论是品牌的经营者，还是品牌的使用者，只要一册在手，您一定会受益匪浅。

<<经典品牌故事全集>>

书籍目录

第一集 经典品牌命名和标识故事 1 力士——近乎完美的品牌名称 2 金利来，男人的世界 3 海尔品牌识别标志的演变 4 金六福——植根中国“福”文化的品牌名称 5 骆驼香烟的独特烟标 6 双星的两颗星 7 劳力士彰显王者之气 8 索尼独特创造神奇 9 哈德门英文商标之谜 10 米其林轮胎的迷人微笑 11 万宝路香烟，男子汉的选择 12 Zippo，简单就好 13 白象电池因文化差异而滞销 14 联想的国际化品牌之路 15 李宁，中国体育用品第一品牌第二集 经典品牌定位故事 16 百事可乐改变定位抢市场 17 任天堂坚持品牌定位终成领袖品牌 18 EYS的再定位 19 定位失败使润妍黯然退市 20 派克难过“平民隐” 21 百威的年轻化定位 22 白加黑的本位思考定位 23 脑白金的礼品定位 24 海飞丝的功能性品牌定位 25 帮宝适，靠情感定位转败为胜 26 麦当劳和肯德基的品牌差异定位 27 奔驰定位贵族品牌 28 宝马以“驾驶性能的超越”定位品牌 29 SK-II的概念差异定位 30 骆驼香烟以变革品牌档识改变定位 31 英特尔重新定位迅速夺回市场 32 奇瑞明确的市场细分定位 33 “现代”在南非翻船 34 娃哈哈的巧妙定位 35 江崎用补隙定位挤占市场 36 浪潮定位专用游戏服务器 37 美寿多公司由“小”得大 38 三星锁定高端产品第三集 经典品牌创意故事第四集 经典品牌传播故事第五集 经典品牌营销故事第六集 经典品牌竞争故事第七集 经典品牌延伸故事第八集 经典品牌维系故事第九集 经典品牌个性故事第十集 经典品牌危机故事

编辑推荐

赏读品牌故事，知晓品牌运作，透过品牌内涵，学习品牌经营。
一本为管理人员倾心打造的经典品牌故事全集。
本书所具有的4大特色：　　1经典性——顶尖经营人员口耳相传的用人故事。
2实用性——深入剖析用人理念，直接指导品牌经营。
3全面性——网尽经典品牌故事，包罗品牌缤纷万象。
4鲜活性——篇篇精彩，字字珠玑，充分激发你的阅读快感。

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