

<<网上名牌战略>>

图书基本信息

书名：<<网上名牌战略>>

13位ISBN编号：9787801626417

10位ISBN编号：7801626419

出版时间：2003-1

出版时间：经济管理出版社

作者：贺爱忠

页数：301

字数：243000

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>

<<网上名牌战略>>

内容概要

《网上名牌战略》这本书所指的网上名牌，既包括传统企业在因特网上延伸或创建的名牌，也包括因特网企业创建的名牌。

全书分三大部分，第一部分为网上名牌产生的客观环境基础，即第一、二章。

在概要阐述国内外新经济理论与实践的基础上，分析了新经济与因特网发展的关系及因特网对企业的影响，比较研究了因特网市场与传统实物市场，提出了发展中国因特网市场的对策。

第二部分为网上名牌战略的基本理论，即第三章。

通过分析因特网对名牌的影响，比较网上名牌战略与传统名牌战略的区别。

探讨网上名牌战略的理论基础，提出了网上名牌战略法则与步骤，力图从理论上揭示网上名牌战略运行的一般规律。

第三部分为网上名牌战略的实施，即第四章至第九章。

既分别探讨了传统企业和因特网服务企业网上名牌战略的实施，又把传统企业和因特网企业作为一个整体，探讨了网上名牌的规划、经营、管理及生态系统，力图给企业界提供一个清晰的思路和一些操作性较强的对策建议。

为了让读者能更好地理解网上名牌战略理论，使企业有可参照的操作办法，部分章节附了案例。

书籍目录

第一章 新经济与因特网发展 第一节 新经济理论概述 第二节 新经济实践概貌 第三节 新经济与因特网发展的关系 第四节 因特网与企业 第二章 因特网市场 第一节 因特网的演变 第二节 因特网市场与传统市场比较 第三节 中国因特网市场的发展 第三章 网上名牌战略的理论基础 第一节 网上名牌战略的重要意义 第二节 网上名牌战略法则 第三节 网上名牌战略步骤 案例3 - 1 建立强劲的网上品牌 案例3 - 2 精彩的瞬间 ——“柯达”网站的形象塑造 第四章 网上品牌规划 第一节 网上品牌承诺 第二节 网上品牌的内涵设计 第三节 网上品牌的传播策划 案例4 - 1 带来美好生活 ——通用电气公司的网上名牌策略 案例4 - 2 维京公司 (Virgin) : 优秀的品牌陈述 第五章 传统企业的网上名牌战略 第一节 网上名牌的创立 第二节 网上名牌的维护 第三节 网上名牌的发展 第四节 网上名牌与网下名牌的统一 案例5 - 1 IBM和网络品牌建设 案例5—2 中美史克致力网络品牌建设 第六章 因特网服务企业名牌战略 第一节 网络服务名牌及其价值评估 第二节 网络服务名牌的创建 第三节 世界著名网络服务企业的名牌战略与启示 案例6 - 1 “美国在线”的成功之路 案例6 - 2 “电子海湾”(eBay)靠什么赚钱 第七章 网上名牌经营 第一节 网上名牌注意力经营 第二节 网上名牌消费经营 第三节 网上名牌忠诚者经营 案例7 - 1 “可口可乐”网站经营策略 案例7 - 2 成就民族健康 ——999集团的网上经营 第八章 网上名牌管理 第一节 网上名牌的客户关系管理 第二节 网上名牌文化管理 第三节 网上名牌的声誉管理 第四节 网上名牌战略的误区 案例8 - 1 真诚到永远 ——海尔文化在网上的延伸 案例8 - 2 情真意切 ——百时施贵宝公司网上客户管理的经验 第九章 网上名牌生态系统 第一节 网上名牌生态系统概述 第二节 网上名牌生态系统的竞争、合作与进化 第三节 网上名牌生态系统的管理 案例9 - 1 “雅虎”品牌成功秘密 案例9—2 “亚马逊”网络书店的十大秘诀 后记

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>