

<<卖点品牌化与品牌卖点>>

图书基本信息

书名：<<卖点品牌化与品牌卖点>>

13位ISBN编号：9787801696915

10位ISBN编号：7801696913

出版时间：2005-1

出版时间：中国时代经济出版社

作者：王锐 编

页数：282

字数：250000

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>

<<卖点品牌化与品牌卖点>>

内容概要

本书很多部分与一般的品牌管理书并无多大差别。

但是，在实际内涵和具体内容上，我们秉承营销卖点这一理念，始终强调卖点的重要性和企业对卖点的品牌化操作的方法与价值，同时，我们可以通过最具针对性的实践案例进一步展开说明我们所提到的方法和要点。

毋庸讳言，无论我们有多好的理念和思路，对于已经比较成熟的品牌，我们也不可能完全抛开原有的成功理论和方法。

我们在书稿的正文中借鉴了现有的比较成熟的、操作性和实效性都比较强的理论与方法，以进一步增强本书的合理性、规范性和说服力。

<<卖点品牌化与品牌卖点>>

书籍目录

代总序言前言第一章 把卖点打造成品牌，把品牌当作最好的卖点 一、产品的竞争就是卖点的竞争 二、比卖点更持久的就是品牌 三、品牌不仅是名字，更是一种定位 四、注意：不是所有的卖点都能成为品牌 五、不要以为品牌就必然是卖点第二章 从卖点到品牌：一个战略流程 一、卖点：往前一步就是品牌 二、好的品牌从名字开始 三、围绕卖点设计一个适当的商标 四、域名：把卖点做到网上去 五、如何根据卖点塑造品牌 六、变换感觉：再创卖点品牌化第三章 用卖点提升品牌价值 一、卖点价值是品牌最好的资产 二、用策略提升品牌资产价值 三、品牌个性化是最有效的卖点资本 四、用品牌营造市场销售繁荣 五、品牌广告即宣传品牌形象 六、快速创造品牌知名度第四章 顾客认可的品牌是最佳的卖点 一、有忠诚顾客的品牌是无价的 二、在流程中实现有价值的忠诚 三、让顾客对品牌无限忠诚 四、让顾客忠诚品牌由内部做起第五章 强化品牌卖点价值的管理 一、最棒的品牌离不开优秀的管理 二、品牌管理流程 三、用市场的眼光管理品牌的价值 四、危机：不容忽视的品牌管理话题第六章 如何保护品牌卖点安全 一、注意！别让品牌受到侵害 二、先注册——给品牌办张“身份证” 三、制止品牌假冒与混淆 四、反向假冒同样是个大问题 五、拿起法律武器保护品牌尊严 六、保护品牌卖点的举措第七章 用品牌拓展卖点空间 一、给品牌拓展最大的空间 二、品牌拓展生命力思考 三、品牌拓展的策略操作 四、控制品牌拓展的风险防范编后语参考文献

<<卖点品牌化与品牌卖点>>

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>