

<<巅峰智慧>>

图书基本信息

书名：<<巅峰智慧>>

13位ISBN编号：9787802558083

10位ISBN编号：7802558085

出版时间：2011-5

出版时间：企业管理出版社

作者：任立

页数：286

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>

<<巅峰智慧>>

内容概要

《巅峰智慧——国学精粹之品牌营销》作者任立从品牌市场营销的视角汇总、萃取诸子百家智慧，从中国文化中总结提炼有益于品牌经营的世界观和方法论，总结出一套中国特色的品牌思想体系与构建工具，编著成本书。

《巅峰智慧——国学精粹之品牌营销》在浩瀚的中国传统文化中，梳理提炼出“道、法、术、人、势、权”系统的观念和方法，以此为根基指导现代品牌市场营销，可以使我们掌握一些中国式的品牌思维智慧，获得中国文化原创的品牌构建理论和方法。

作者简介

任立，品牌思想者；中国原创品牌创意策划职业操盘手；品牌整合营销系统解决方案专家顾问；破解定位-打造强势品牌截拳道理论创立者；中国发展研究院高级顾问；北京五谷道场品牌创始人。

10年大学执鞭、10年品牌职业经理人等资深阅历，集“原创品牌、亲自操盘、原创理论体系、完全自主著书、完全出版社自主出版”“五项合一”的中国品牌营销理论与实战操盘运作的复合型品牌专家和隐形冠军。

其20年磨一剑铸就的“任立品牌三部曲”成为我国最具原创价值的品牌实操经典。

历任：北京大学企业研究中心EMBA高级培训师；中国广告节中国广告大奖评委；《广告人/中国案例丛书-实战广告案例》（品牌卷）终审评委；曾任职三家著名集团公司营销、品牌总监、副总裁、总裁等职。

书籍目录

第一章中国传统文化中的品牌构建理论与方法

- 一、国学中的品牌构建思想方法和体系
- 二、品牌发展的六个阶段
- 三、品牌的境界和觉悟
- 四、品牌的气质和心性
- 五、品牌构建与《易经·乾》的因应
- 六、国学应用贵在借鉴发展而非拘泥守旧

第二章道

- 一、万物纲纪
- 二、本末之道
- 三、道法自然
- 四、名实循理
- 五、大道至简

第三章法

- 一、变则通
- 二、明法者强
- 三、居安思危
- 四、治大国若烹小鲜
- 五、先胜而后战

第四章术

- 一、修己所有
- 二、慎终如始
- 三、善恶祸福
- 四、物壮则老
- 五、不轻妄则厚重

第五章人

- 一、识人用贤之道
- 二、至诚无妄
- 三、革心为上
- 四、以人为本
- 五、经世致用

第六章势

- 一、因势
- 二、度势
- 三、借势
- 四、造势
- 五、谋势

第七章权

- 一、事以好谋而成
- 二、预则立
- 三、知己知彼
- 四、因时因地而制宜
- 五、以正合以奇胜

后记

续后记

<<巅峰智慧>>

章节摘录

版权页：插图：(二)世无万全之法人们通常都会有好上加好、完美无缺的心态，但“完美”只是相对而言的，绝对的十全十美是不存在的，就如同汽车制造，要使汽车沉稳舒适，车体就要加重，车体重了油耗就会增加；同样，要使汽车功能齐全、豪华尊贵，价格就会高昂。

所以，在沉稳舒坦、豪华尊贵与经济适用、价格便宜之间，你只能选择自己最想要的，并且具有支付能力的品牌(汽车)。

兵事无万全，求万全者，无一全。

(《治兵语录》清·胡林翼)用兵打仗没有万全之策，追求万全的则不会有一全。

越想面面俱到，反而会面面不到。

只要大方向没问题，基本策略正确，就要行动起来，边干边修正。

因应物变，具体问题具体分析，个性化解决即是。

因为：人之言至善。

而或有议之者；人有举事至当。

而或有非之者。

不管你的建议多么周全和完善，也还会有人提出异议的；不管你做事多么完美和恰当，也还会有人提出非议的。

因此，众人的想法、说法等都很难达到一致。

百人百性，众口难调。

人多了，其想法和说法不一致，这是不足为奇的。

同样，对某一品牌来说，你也不可能满足所有的消费者，只要能够满足一部分特定的目标受众，就可以了；企图满足所有的消费者群体，所有的消费者都将不能够被满足。

“骑墙”政策，将会使人们无所适从和无从选择。

只有精准的定位和诉求，才能满足既定的目标受众。

羊羹虽美，众口难调。

(《五灯会元·德山远禅师法嗣》宋·普济)羊羹虽然味道鲜美，但是不一定能够适应所有人的口味。

消费者需求及其目标群体的不断细分化是市场发展的必然趋势。

品牌的目标市场定位，能够满足某一细分市场即可。

当你想把自己定位于什么都是的时候，你将什么都不是；当你想把自己定位于什么都能时，你将什么都不能；当你想满足所有人时，你将谁也满足不了。

编辑推荐

《巅峰智慧:国学精粹之品牌营销》品牌思想圣贤谋略。

明道、制法、精术、利人、因势、用权。

权不可豫设，变不可先图。

与时迁移，应物变化，设策之机也。

司马光（北宋）

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>