

<<声浪传播>>

图书基本信息

书名：<<声浪传播>>

13位ISBN编号：9787806529010

10位ISBN编号：7806529012

出版时间：2009-5

出版时间：南方日报出版社

作者：李泊霆,段淳林

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>

<<声浪传播>>

内容概要

《声浪传播：破解品牌密码》：你还在拼命做营销吗？

在传统的营销战中，你可能已经身经百战，但也伤痕累累，是时候该停下来，哪怕只是几天的时间，好好想想新的战略与战术。

本书以王老吉、苹果、星巴克、腾讯、美体小铺等品牌营销的成功案例，向读者讲述品牌营销新理念——声浪传播。

在一个信息爆炸、产品供过于求的时代，营销的本质已经演变为如何传递企业与品牌的信息，以及如何成功说服目标对象，从而达成消费的最终购买。

因此，在营销的过程中，“传播”变得十分重要。

公司、产品、包装、价格、渠道、广告、公关、服务等一系列所有可能给顾客留下印象的每一个环节，其实都是向消费者不断地发声。

这就是沟通，也就是通俗意义上所讲的声音传递。

声音的传递过程看似简单，却要面对“声场”中众多的噪音与干扰。

因此，如何能够让微弱的声音最终成为声浪，就自然成为建立品牌的焦点所在。

<<声浪传播>>

作者简介

李泊霆——中国最具创意的品牌战略专家。

毕业于香港大学，声浪传播的创始人和实践者。

该理论填补了中国自主品牌知识在国际传播上的缺失。

2005年获得“中国十大杰出策划人”称号，2007年受邀为亚洲国际品牌研究员。

合作过的企业有王老吉、潘高寿、万和电器、中一药业、思郎饼干、白云山制药、碧生源、三九药业、黄石响声丸、好太太、天河药业、日威月饼、五叶神等。

现任职于广州市声浪传播（国际）广告公司。

段淳林——华南理工大学新闻与传播学院副院长。

教授，品牌研究所所长。

中国品牌营销学会理事，《中国广告》专家委员会委员，香港市务营销学会理事，广东省企业文化协会理事。

致力于品牌传播与企业文化的研究。

公开发表学术论文40余篇，出版教材与专著5部，主持参与国家社科基金和省级、厅局级项目和企业横向发展项目20余项。

主讲“品牌传播的理论研究”“品牌战略与管理”“企业文化与跨文化管理”等课程。

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>