

<<服装品牌实务>>

图书基本信息

书名：<<服装品牌实务>>

13位ISBN编号：9787811112702

10位ISBN编号：7811112701

出版时间：2007-8

出版时间：东华大学出版社

作者：孙静

页数：256

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>

<<服装品牌实务>>

内容概要

不管是攀登文化高山，还是跨越经济深海，假如你仍在寻找足以滋养长大的奶酪，文化经济学是不可或缺的乳汁，品牌魅力是赢家法则、成功的阶梯。

在这百分之百的智慧书系里，既富发展战略的前瞻性，又富管理战术的现实性；既富精辟分析的理论性，又富方法指南的操作性；既触及社会决策层面，又关注经济组织层面；既展现知识的短期功效，又映射文化的积淀价值。

纳百家之言，成一家风格，是知识经济时代个人与组织市场制胜的宝典。

<<服装品牌实务>>

书籍目录

- 第一部分 品牌篇 第1章 解构品牌——品牌的“内核”分解 第1节 何谓品牌 1.品牌的概念
2.品牌的内涵 3.品牌的竞争力 第2节 品牌的特征和作用 1.品牌的特征 2.品牌的作用
3.品牌新观点：毒性亦或迷药 4.品牌常见词汇 第2章 品牌战略——争霸服装市场的竞争理念 第1节 服装品牌分类 1.按照原创性和手工含量划分 2.按照品牌的使用者决策划分
3.按照品牌命名的方式划分 4.其他分类方式 第2节 新品牌——横空出世创品牌 1.仔细考虑是否要建立品牌？
2.新品牌创立 第3节 品牌拓展——赢得马太效应 1.品牌战略规划 2.品牌战略设计
3.品牌拓展五矢量 第二部分 定位篇 第3章 层层定位——服装品牌的“圈地运动” 第1节 定位的基础——市场研究 1.市场因素分析 2.确定问题及调研目标 3.研究方式的设计 4.资料来源和取样方法 5.问卷设计及分析 第2节 不同层面的定位 1.基本概念 2.STP渐进定位策略 3.全视角定位方略 第4章 核心价值——差异化营销的定位轴心 第1节 品牌差异点与品牌认同点 1.认同点和差异点 2.选择品牌认同点和差异点 3.建立认同点和差异点
第2节 核心价值定位 1.差异化营销与同一化营销 2.品牌核心价值 3.差异化策略与核心价值 4.核心价值定位 5.历时更新定位 第三部分 创意篇 第5章 创意与流行——开拓不可捉摸的创造力 第1节 流行漫谈 1.法国，时装流行之源 2.消费者的影响力 3.流行变迁与消费者认同 第2节 解读创意 1.灵感来源 2.流行趋势研究 第6章 设计规划——如何开发品牌的产品线 第1节 设计部人员架构 1.商品企划人员 2.服装设计师 3.技术人员
4.视觉设计人员 第2节 产品构成规划 1.产品线 2.产品构成规划 第3节 产品设计法则
1.如何开发设计点？ 2.设计的形式美法则 第7章 提案与决策——创意的市场前景预测 第1节 设计提案 1.目标季设计主题 2.产品系列方案 3.产品品类结构方案 4.产品上柜时间计划 第2节 提案评估与决策 1.提案执行的资金收益预算 2.市场风险评估 3.设计决策
第3节 设计成本控制 1.设计成本的内容 2.设计的成本控制 第四部分 沟通篇 第8章 信息沟通策略——品牌信息的高效传达 第1节 信息沟通概述 1.沟通原理 2.营销沟通的整合
3.沟通的新特点 第2节 沟通策略设计与执行 1.策略先行 2.创意与掌控 3.服装业常见沟通方式 4.沟通策略执行的一致性 第9章 广告——品牌信息策略的先锋 第1节 服饰广告的诉求定位 1.品牌风格广告 2.产品特性广告 3.促销广告 4.招商加盟广告 第2节 时尚媒体 1.媒体的角色 2.媒体比较 3.媒体选择 第3节 广告计划和事后评估 1.广告计划 2.广告效果评估 第10章 品牌信息沟通策略的其他选项 第1节 公共关系——品牌信誉的缔造者 1.公共关系概述 2.企业传播 3.营销公共关系 第2节 销售促进——品牌信息的强化剂 1.服饰促销简介 2.如何制定促销计划 3.服饰促销分类 第3节 人员推销——面对面的力量 1.人员推销的工作范畴 2.人员推销的优缺点 3.推销人员的培训要点 第五部分 分销篇：达成销售的最后一环 第11章 分销渠道——货畅其流的保证 第1节 服装分销渠道策略 1.渠道解读 2.分销渠道的种类 3.常见服装分销渠道 第2节 营销渠道决策 1.营销渠道的选择 2.营销渠道的选择参数 3.营销渠道管理 第3节 服装零售策略 1.服装零售业的基本架构 2.服装零售业的业态分类 3.服装零售的选址策略 4.服装零售的采购策略 5.卖场形象策略 6.顾客便利策略 第12章 服装网络营销——渠道新势力 第1节 网络营销概述 1.网络营销的核心内容 2.网络营销的优势和市场机会 3.网络营销的弱点和市场威胁 第2节 服装网络营销的特点和难点 1.服装网络营销的特点 2.服装网络营销的发展现状和瓶颈 3.服装网络营销的战略战术 主要参考文献

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>