第一图书网, tushu007.com

<<品牌信仰力>>

图书基本信息

第一图书网, tushu007.com

<<品牌信仰力>>

内容概要

The Culting of Brands 譯者 / 陳正芬 出版社 ／ 英屬維京群島商高寶國際有限公司台 出版日期 ／ 2006/05/04 商品語言 ／ 中文/繁體 裝訂 ／ 平裝
喜歡ipod的人跟加入「天堂之門」的人其實沒什麼兩樣？

成功品牌=異教信仰
這個新興運算公式將讓你的客戶成為死忠粉絲，至死不渝！

第一本結合品牌和異教的書籍！
讓你了解品牌狂熱者跟異教信仰者到底有何通同處？

大家都在談品牌！
大家都在用品牌！
每天耳裡聽的蘋果iPod、擁有全世界最大拍賣使用者市場的eBay，難道還沒讓你發現身邊充斥著品牌狂熱者？
或者，在品牌魔力的驅使下，你也早已成為定期朝貢崇拜的信徒之一！

為什麼捷藍的忠實擁護者寧願離開紐澤西的家，跨越兩座曼哈頓大橋，風塵僕僕開過廣大的皇后區，只為了從這家航空公司所在的甘迺迪機場搭乘一小時的飛機？
為什麼每次蘋果電腦只要推出新機型，經常沒錢吃午餐的學生就不得不替他的Mac電腦升級，只因為想「支持這家公司」，「讓公司賺到每一塊錢」？

本書作者道格拉斯?阿金在長達十年以上的行銷經驗中發現，人群對特定品牌的瘋狂忠誠幾近宗教崇拜。
人們會對「捷藍」、「蘋果」、「eBay」或「玫琳凱」等品牌上癮，正如同宗教為信徒們提供交流社群和意義，一個可以做自己的地方。

書中以14條概念剖析品牌企業如何透過和宗教相同的基本技術，引燃人群如此無可撼動的忠誠，散播「想成為品牌一分子，就要成為特別事物的一部分」這種訊息，並收錄目前和過去的異教信徒、釘星車主、和幾位當今最有創意的行銷人深度訪談，是首部勇於在宗教和消費者主義、信仰和購買衝動間做出連結的創意大作。

桃樂絲?威佐：「本書一如《引爆趨勢》（The Tipping Point），替想要建立更有生氣、更強健的品牌者鋪設嶄新的康莊大道。
」—— 輝瑞全球製藥公司行銷副總裁
賽斯?高汀：「這個嘛……史帝夫?賈伯是新的耶穌基督？
聽起來瘋狂，但是建立強大新品牌的算計方式，跟建立異教是一樣的。
這是本突破性的書，使你重新思考你自以為了解的品牌（和宗教！
）。
我愛這本書。
馬上買一本，就獲得救贖。
」——《紫牛》、《紫牛2— 免費力量大》（Free Prize Inside!）作者
瑟吉歐?齊曼：「道格拉斯?阿金看清品牌管理上愈來愈普遍的模式，於是分析並歸類品牌忠誠的終極定義，亦即異類宗教。
如果你相信品牌驅動企業獲利，必讀本書。
」——《先革新，再談創新》、《幹嘛打廣告》作者

第一图书网, tushu007.com

艾爾?賴茲：「異類宗教是建立品牌最酷的方式之一，沒人比道格拉斯?阿金更懂得述說異教故事。
」——《品牌的來源》合著者
賴瑞?韋伯：「隨著世界逐漸發展成以社群基礎的行銷平台，本書教我們如何用這種新方式跟顧客溝通
。
想瞭解道格拉斯?阿金提供多麼有用的路徑圖讓企業實現理想，請讀本書。
」——萬博宣偉（Weber Shandwick）創辦人，著有《挑撥者》

第一图书网, tushu007.com

作者简介

道格拉斯 阿金
在世界知名廣告公司Merkly and Partners擔任策略主管，曾和多位客戶合作，以提高他們在異類宗教方面的訴求，包括賓士（Mercedes）、輝瑞製藥（Pfizer）、史密斯邦尼（Smith Barney）、菲樂（Fila）和捷藍（jetBlue）。
目前住在紐約。

第一图书网, tushu007.com

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