第一图书网, tushu007.com

<<品牌路线图>>

图书基本信息

书名：<<品牌路线图>>

13位ISBN编号：9787100045711

10位ISBN编号：7100045711

出版时间：2005-10

出版时间：商务印书馆

作者：迈克·莫泽

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

第一图书网, tushu007.com

<<品牌路线图>>

内容概要

《品牌路线图:打造具有凝聚力的品牌之5步曲》包含了大量生动的案例和实际的工作表，是您日常品牌工作的指南，也是引导你的企业走向成功的路线图。
无论是购买汽车，选择学校，还是为慈善事来捐赠，当今的顾客都面临着令人眼花缭乱的各种选择。因此，品牌也就成为顾客购买决策过程中的关键因素。
然而，就大多数情况而言，公司内部对品牌的看法和外界对于公司品牌的认知通常会有很大的差别。资深营销专家迈克·莫泽认为，问题并不是公司的管理者们不理解公司的品牌，而是他们不知道怎样通过某种易于传播、便于理解的方式将公司的品牌信息及品牌所体现的价值传递给每个人——包括员工、合作伙伴、顾客和投资者等任何能够接触到公司品牌的人。
在《品牌路线图:打造具有凝聚力的品牌之5步曲》中，莫泽展示给我们一种行之有效的做法，这是他过去20多年来从事品牌工作的经验总结。
这些经验来自于他为品牌巨人“锐步”、“戴尔”等公司工作的经历，也来自于与初出茅庐、刚刚起步的小企业及非营利组合的合作。
“品牌路线图”使得每个经理人、小企业主及创业者都能拥有过去只属于一流咨询机构和广告公司的洞察力和经营战略。
首先，莫泽一步一步在向读者介绍了品牌战略的四个主要部分：确认品牌核心价值、提炼和精选品牌信息、开发独特的品牌个性和选择相互一致的品牌标志。
然后，他提供的整合模型，通过这个模型能将上述各部分组合成一个量身定制的品牌路线图，从而在下列各方面提供了保证：

无论是公司内部的沟通还是公司与外界的沟通都体现出相同的品牌价值与品牌信息；
利用相互一致的品牌表述来推动各种战略活动，决定营销资源的分配；
管理层和专业设计人员在品牌战略的实施上达成共识；
营销资料与营销沟通活动都能够精确地反映品牌核心价值及品牌信息；

第一图书网, tushu007.com

<<品牌路线图>>

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