

<<诊断>>

图书基本信息

书名：<<诊断>>

13位ISBN编号：9787111169437

10位ISBN编号：7111169433

出版时间：2005-8

出版时间：机械工业出版社

作者：曾朝晖

页数：211

字数：179000

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>

<<诊断>>

内容概要

就像人会生病一样，品牌在成长的过程中也会遇到种种问题，这些问题往往悄然而至，日积月累，不易察觉，在不知不觉中品牌已至晚期，其宝贵的生命被毫不留情地夺去。

因此，经常定期地对品牌进行诊断，以防患于未然，尤为必要。

本书作者以自己的专业实践讲述了品牌诊断的操作策略与技巧实务，并首次公开了其亲自操作的诊断提案，这也是业界专业咨询公司第一次对一向秘而不宣的内部提案进行解密。

看完本书，你也可以成为诊断高手。

作者简介

曾朝晖，著名品牌实战专家，品牌理论权威学者，CCTV-2《对话》栏目特邀嘉宾/北京蔚蓝远景营销顾问机构总裁/《销售与市场》《销售与管理》《中华广告网》《阿里巴巴》《中国营销传播网》等媒体专栏作家/国内公认的“品牌人格化”理论及“品牌15步法则”的创立者/为芙蓉王

<<诊断>>

书籍目录

前言第1部分 品牌诊断操作实务 1 诊断手法 定量研究 定性研究 2 诊断方式 内部诊断
外部诊断 3 诊断内容 品牌战略诊断 市场营销诊断 4 诊断技巧 诊断人员不是检察官、
而是侦探 倾听是一种美德 让被访者畅所欲言 把复杂的问题简单化 不要轻易相信被访
者的结论第2部分 品牌诊断案例 5 诊断背景 绪言 诊断时间 诊断地点 诊断目的 诊
断机构 诊断人员 诊断方法 6 诊断内容 企业生态环境调查及分析 品牌战略诊断
营销策略诊断 营销管理诊断 市场营销组织诊断 销售管理与执行诊断 7 神州企业案例后
训第3部分 品牌诊断论文 8 奥运冠军广告现象诊断 策略 风险.....第4部分 品牌诊断对话第5部
分 品牌诊断工具箱后记 创意来自于生活

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>