

<<品牌的起源>>

图书基本信息

<<品牌的起源>>

内容概要

<<品牌的起源>>

作者简介

<<品牌的起源>>

书籍目录

总 序 定位理论	
推荐序 品牌定位体系巅峰之作	
前 言	
定律1 生命的大树	1
The Great Tree of Life	
定律2 预测未来	9
Predicting the Future	
定律3 分立和征服	17
Divide and Conquer	
定律4 渐变 vs. 分化	27
Gradual Change vs. Divergence	
定律5 时钟收音机的诅咒	39
The Curse of the Clock Radio	
定律6 瑞士军刀式思维	51
Swiss Army Knife Thinking	
定律7 糟糕的创意从未消失	73
Bad Ideas Never Die	
定律8 高科技品牌的大树	85
The Great Tree of High-Tech Brands	
定律9 低科技品牌的大树	111
The Great Tree of Low-Tech Brands	
定律10 缺失环节的奥秘	139
The Mystery of the Missing Links	
定律11 第一者生存	149
Survival of the Firstest	
定律12 第二者生存	171
Survival of the Secondest	
定律13 修剪的威力	189
The Power of Pruning	
定律14 创造一个品类	209
Creating a Category	
定律15 确立一个敌人	235
Establishing an Enemy	
定律16 推出品牌	243
Launching the Brand	
定律17 总结	259
Wrapping Things Up	
附录A 定位思想应用	270
附录B 企业家感言	273

<<品牌的起源>>

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>