

<<塑造知名度>>

图书基本信息

书名：<<塑造知名度>>

13位ISBN编号：9787115160140

10位ISBN编号：7115160147

出版时间：2007-6

出版时间：人民邮电出版社

作者：（美

页数：348

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>

<<塑造知名度>>

内容概要

《塑造知名度：科特勒论个人品牌营销(第3版)》围绕“如何塑造个人品牌”这一基础概念，向读者介绍了个人品牌塑造过程的各个阶段，包括个人品牌的产生、测试、提炼、实现、传播与保持。书中通过对诸如唐纳德·特朗普、奥普拉·温弗瑞以及知名的执行官在内的数百个来自不同行业的个人品牌案例的研究，揭示了如何成就个人品牌的营销策略，以及名人们如何通过各种渠道来提升他们在各种媒体上的“曝光率”，从而使自己获得更高的知名度。

《塑造知名度：科特勒论个人品牌营销(第3版)》适合所有有志于打造个人品牌的读者阅读。

<<塑造知名度>>

作者简介

菲利普·科特勒，西北大学凯洛格管理学院庄臣国际营销学名誉教授。
作为世界最知名的营销专家之一，他所著的《营销管理》一书为全球商学院研究生所青睐。

<<塑造知名度>>

书籍目录

上篇 塑造高知名度的基础第一章 品牌为王 知名度的价值 匹格梅林法则——丑小鸭变成白天鹅
知名度的威力 塑造高知名度的迫切性第二章 博取高知名度的超额利益 什么人拥有高知名度
为什么会有超额利益 如何创造超额利益 理念的传播 塑造及其探索第三章 知名度塑造产业的运
作 什么是知名度塑造产业 知名度塑造产业的发展 知名度塑造产业的结构第四章 个人品牌塑造
领域与层级的识别 个人品牌塑造的领域 个人品牌塑造领域的形象塑造 权力之塔 知名度的传播
范围 知名度的持续期第五章 知名度塑造产业的受众 受众就是上帝 受众的参与度 受众参与度
阶梯的攀登 知名度影响力的衡量 盛大晚宴 名人所做的诊断 受众的人口统计因素与心理因素
性别与受众 年龄与顾客 心理变化：老去的仰慕者 强化连接受众的纽带 戏剧性现实 戏剧性现
实何以起作用 戏剧性现实的成分 22类主要的情节下篇 实现并保持高知名度的策略第六章
个人品牌营销的策略个人品牌的塑造与营销 推广有志者的三种营销风格 营销过程的各个阶段 市
场选择 市场切入点：打入市场 记忆之锁：营销的目标第七章 个人品牌塑造中的误区 个人品牌
个人品牌塑造过程中的七大误区 正确的态度 “纯粹的”动机 天生的能力 必要的才干 与生
俱来的魅力 恰当的时机 极好的运气第八章 个人品牌塑造的四个阶段 个人品牌塑造的四个阶段
品牌产生与再生 品牌测试 品牌提炼 个人品牌塑造的三种程度第九章 个人品牌的传播 渠道
选择 通过渠道的顺序 渠道创新与转变 渠道的特性 表演渠道的管理 利用媒体来寻求突破 成
名：突破过滤机制 传播策略：案例第十章 个人品牌的宣传 何为公关 公关的必要性 知名度公
关的操作者 公关人员能为有志者做些什么 公关对于客户的利益 进行公关宣传的新兴行业 出售
故事 谁的声音第十一章 个人品牌的保持 知名度的升与降 职业寿命的衡量 知名度生命周期
衰落的原因 曝光度的管理 以退为进：针对性策略 保持知名度的六大规则 转行 延缓衰落 衰
落的动力学第十二章 瞬息万变的市场上的个人品牌形象管理 获得高知名度的原则 塑造的挑战与
对策结论

<<塑造知名度>>

编辑推荐

自《塑造知名度：科特勒论个人品牌营销(第3版)》首版以来，知名度塑造已发展成为一种全球性现象。

仅仅在不久之前，寻求高知名度还只是娱乐行业的目标，但如今，寻求高知名度——塑造并经营个人品牌形象的过程——已进入到商业与职业领域。

作为全球知名的营销学和传播学专家，菲利普·科特勒与欧文·瑞恩前无古人地将个人品牌营销和传播当作一个成熟的产业，就如何塑造知名度发表了真知灼见。

在今天众望所归的新一版里，科特勒、瑞恩及合著者迈克尔·哈姆林、马丁·斯托勒向读者展示了如何运用知名度来博取丰厚的利益并实现最大程度的成功，而不管你处于何种职业领域。

《塑造知名度：科特勒论个人品牌营销(第3版)》为你开启了通往成名迷宫的大门，告诉你知名度塑造产业的发展将如何帮助你在自己的职业生涯中打造出著名的个人品牌。

《塑造知名度：科特勒论个人品牌营销(第3版)》会帮助你揭开各种谜底，如人们是如何通过塑造知名度而成名成星的，流行文化与潮流是如何影响人们塑造知名度的，还会告诉你成就个人品牌过程中将要遇到的困难及解决方案。

《塑造知名度：科特勒论个人品牌营销(第3版)》通过对诸如唐纳德·特朗普、奥普拉·温弗瑞以及知名的执行官在内的数百个来自不同行业的人个品牌案例的研究，揭示了可成就公认个人品牌的成熟的营销策略。

新版《塑造知名度》的特点突出地表现为：对“塑造”这本书的核心内容进行了更新，向读介绍了个人品牌的产业、测试、提炼、实现、传播保持，旨在响应现行市场的需要；对有志打造个人品牌的有志者各种动机和需要进行了说明；将新技术和网络应用到知名度的塑造工作中；对成功的职业人士所采用的策略进行了介绍，从而实现知名度的长期保持。

如今，成功的秘诀不在于你知道什么或认识某人，而在于你为谁所知。

《塑造知名度：科特勒论个人品牌营销(第3版)》将助你从芸芸众生中脱颖而出，转型成一位具有高知名度的人士。

数字时代塑造个人品牌形象的经典指南 堪称首创之作的初版《塑造知名度》确立了通过创造并经营公众形象来成就个人品牌的重要手段。

在新版《塑造知名度》里，知名的国际营销学大师菲利普·科特勒、传播学专家欧文·瑞恩及合著者迈克尔·哈姆林、马丁·斯托勒向所有读者展示了如何运用高知名度未取得效益并实现最大程度的成功。

新版《塑造知名度》的特点 展示了通过打造个人品牌来重塑自身形象、实现事业增长、建立发展平台、创造全新机遇的渠道。

更新的品牌塑造技巧迎合了现行市场的需要，为读者塑造起自己的知名度和个人品牌提供了有益的参考。

推出了借助新技术和网络来强化个人品牌的方法。

介绍了唐纳德·特朗普、玛莎·斯图尔特、菲尔博士、奥普拉·温弗瑞、沃伦·巴菲特等名人塑造个人品牌的实例。

《塑造知名度》以犀利的视角揭示了知名度塑造过程的内涵、原因与路径。

——艾尔·里斯，畅销书《定位》与《市场营销的战争》的作者 《塑造知名度》堪称稚嫩的明星学领域的《圣经》、《资本论》、《物种起源》。

——彼得·卡尔森，《华盛顿邮报》

<<塑造知名度>>

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>