

<<浪尖上的宝洁>>

图书基本信息

书名：<<浪尖上的宝洁>>

13位ISBN编号：9787121011856

10位ISBN编号：7121011859

出版时间：2006-1

出版时间：电子工业出版社

作者：（美）戴尔

译者：兰燕卓

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>

<<浪尖上的宝洁>>

内容概要

目前唯一一本经宝洁公司认定公开发表其品牌管理以及经营战略的图书！

本书讲述了165年前美国俄亥俄州的辛辛那提市，宝洁公司如何开创事业，以及公司在这100多年里通过怎样的经营方式，使自身由专门生产肥皂和蜡烛的小工厂发展成为今天在全球消费品品牌中居主导地位的跨国公司。

宝洁在100多年的摸爬滚打中锤炼出的10条品牌建设原则，能够为中国企业的发展壮大注入新的血液，对企业的品牌管理和战略运营具有极大的参考价值。

本书讲述了165年前美国俄亥俄州的辛辛那提市，宝洁公司如何开创事业，以及公司在这100多年里通过怎样的经营方式，使自身由专门生产肥皂和蜡烛的小工厂发展成为今天在全球消费品品牌中居主导地位的跨国公司。

本书讲述这个故事有两个目的。

其中，我们尝试描绘并解释宝洁的演变史，尽管之前一些书也提及过，但始终有给予它足够的重视。这家公司是世界上最大和最有影响力的公司之一，在现代消费品社会和文化中也发挥着广泛的作用。了解宝洁在何地并以怎样的方式成长为今天的规模，有助于解释全球消费品经济的发展是怎样改变绝大多数人现在的生活方式的。

其二，我们的目的在于解读宝洁公司在品牌建设这个核心产业上的成功之处。

我们希望通过探究关键事件和吸取宝洁公司品牌建设的经验教训做到这点。

在那些充满挑战和变化的关键时刻——把新品牌推向市场，把业务渗透到新的领域，运用更好的管理方法，拯救奄奄一息的品牌，等等——公司学会了如何建立并维持成功的品牌。

我们希望通过强调这些转变及宝洁公司从中吸取的教训来增加我们对品牌建设的理解，从而将其作为一种管理能力和决策力量。

本书四部分中，每一章结尾都对该章所提及的宝洁的发展做了一个概述。

在涉及宝洁如何从事件中吸取经验教训的一些章节，比如品牌、市场拓展及管理的创新等，还有一个简要的小结，意在强调宝洁学到的有关品牌建设的经验。

<<浪尖上的宝洁>>

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>