

<<品牌建设10步通达>>

图书基本信息

书名：<<品牌建设10步通达>>

13位ISBN编号：9787121201332

10位ISBN编号：712120133X

出版时间：2013-6-15

出版时间：中国电子工业出版社

作者：荣振环

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>

## <<品牌建设10步通达>>

### 内容概要

品牌其实是一个从“一无所有”到“无中生有”再到“无所不有”的过程。

它到底是什么，搞不清楚自然也就无法建设品牌。

本书包含“品牌十堂必修课”和“品牌建设10步精要”两部分。

在“品牌十堂必修课”主要讲述了什么是品牌、如何理解品牌、品牌的本质、品牌地图等，配合相应的工具可以让读者掌握实操的技巧。

作者提到，一个产品，是我们想要卖什么，一个品牌是消费者想要买些什么。

品牌的概念是品牌即是在顾客的心中完成注册后形成的烙印。

品牌的本质就是“产品的顾客化”。

简言之，就是“如何在消费者心中拥有一个名称”。

并提出“愿架定核口，故形制计策”的品牌规划思路，帮助读者实现按图索骥的品牌建设之旅。

在“品牌建设10步精要”，作者结合多年的品牌咨询经验，将系统地教会读者如何建立品牌愿景、如何设计品牌架构、如何做品牌定位、提炼品牌核心价值、创意品牌口号、如何形成美好的品牌故事、进行品牌形象规划、制定品牌的管理制度、品牌计划以及品牌传播策略。

这些事你有条不紊地做了，才能真正实现品牌资产增值，塑造强势品牌。

## <<品牌建设10步通达>>

### 作者简介

中国著名品牌战略专家，创新营销图书《花小钱办大事，低成本营销术》作者。

正略钧策 咨询总监，常年为企业提供品牌战略、营销策略、企业文化等咨询服务，深获业内好评。

主讲培训课程《品牌建设10步通达》

《如何打造强势品牌》

《低成本营销策略》

《企业如何构建高效的企业文化体系》

《直复式赢销》

## &lt;&lt;品牌建设10步通达&gt;&gt;

## 书籍目录

## 目录

- 品牌10堂必修课 7
- 什么是品牌 7
- 工具：八位品牌大师如何定义品牌 8
- 如何理解品牌 11
- 工具：品牌的二诺三度模型 14
- 品牌的本质 16
- 工具：品牌的等号哲学 19
- 品牌的阶梯 23
- 工具：品牌成长五度测评 27
- 品牌的作用 28
- 工具：抢先建立差异化品牌 31
- 品牌价值提升 35
- 工具：品牌增值术 38
- 品牌组合力 41
- 工具：金字塔营销术 42
- 品牌竞争力 45
- 工具：优势营销术 50
- 品牌创意 53
- 工具：修炼品牌创意之道 56
- 品牌地图 59
- 工具：品牌建设框架 60
- 品牌建设10步精要 62
- 品牌愿景：高瞻远瞩 62
- 工具：品牌愿景四度原则 65
- 案例1：苹果公司的品牌愿景 67
- 案例2：阿里巴巴的品牌愿景 69
- 品牌架构：齐心协力 72
- 工具：品牌架构分类法则 75
- 案例1：喜之郎的品牌架构建设智慧 77
- 案例2：单一架构品牌如何突破 79
- 品牌定位：独一无二 82
- 工具：品牌自然定位法 89
- 案例1：今麦郎的定位迷失 93
- 案例2：康师傅牛肉面品牌如何上位？  
97
- 品牌核心价值：入脑入心 101
- 工具：品牌核心价值提炼模型 104
- 案例：爱购眼镜的品牌核心价值 106
- 品牌口号：一语道破 108
- 工具：品牌口号5标准6法则 113
- 案例：品牌口号重点是卖货 115
- 品牌故事：源远流长 116
- 工具：品牌故事构思要素 126
- 案例：爱购眼镜品牌故事 132

<<品牌建设10步通达>>

品牌形象：过目难忘	138
工具：品牌形象内外建设准则	143
案例：美国GE的品牌形象	146
品牌机制：固本清源	148
工具：品牌管理制度建设六步法	150
案例：宝洁的品牌管理制度	154
品牌计划：有条不紊	155
工具：年度品牌推广计划常用模板	158
案例：某企业的品牌计划	160
品牌策略：独树一帜	164
工具：品牌资源聚焦策略	182
案例1：英特尔的品牌营销策略	185
案例2：三星反向品牌策略斗苹果	189
后记：品牌改变世界	193
附表	195
参考文献	200

<<品牌建设10步通达>>

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>