

<<平衡的力量>>

图书基本信息

书名：<<平衡的力量>>

13位ISBN编号：9787122103789

10位ISBN编号：7122103781

出版时间：2011-5

出版时间：化学工业出版社

作者：梁中国，郑新安 著

页数：214

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>

## <<平衡的力量>>

### 内容概要

国际大品牌的背后隐藏着怎样的战略平衡？  
一个企业的品牌的创建、维护、传递和管理应该执行怎样的战略？  
企业品牌战略平衡的关键因素有哪些？  
中国企业的品牌战略有哪些特殊之处？  
首席品牌官在品牌管理中充当什么角色？  
本书为你讲述品牌战略平衡理论，结合国内外成功品牌案例以及作者对各大品牌案例的独到见解，带你一起领悟上述问题的答案。

本书是所有企业经理人以及希望成为企业经理人的读者的必备读物。

## <<平衡的力量>>

### 作者简介

梁中国，国际品牌联盟（IBF）中国区主席兼首席品牌官，北京大学中国战略研究中心品牌战略研究所所长，首席品牌官（CBO）制度奠基人，易道品牌哲学体系创立者。

先后主持国家3C强制认证、中国奥委会、中国航空（CAS）、国美电器（GOME）、九牧集团（JOMOO）、共创集团（GOTRUSTGROUP）、纳思达-赛纳（NINESTAR）、一周厨品等著名品牌的规划设计，推动中国移动、清华同方、康佳集团女子十二乐坊、禅香康舍、F1、等著名品牌的成长。

师承世界品牌大师麦奎尔先生。  
于2001年率先提出“首席品牌官（CBO）”中英文概念。  
以其思想为蓝本的《首席品牌官-梁中国的品牌战略思想与实践》一书于2005年出版。  
2011年，建立首个CBO价值评估体系。

## <<平衡的力量>>

### 书籍目录

#### 第1章 战略平衡中的品牌

平衡是一种水的智?

平衡是企业管理的最高智慧

决定企业成败的五个关键

并购须重视六种关系的平衡

平衡是品牌管理的重要基础

#### 第2章 平衡计分卡中的平衡智慧

品牌管理工具——平衡计分卡

平衡计分卡的三大评估指标

#### 第3章 平衡是战略层面的艺术

产品与品牌的平衡

心理平衡的工作动力

#### 第4章 企业竞争的平衡关系

企业目标平衡

企业战略平衡

企业利益的三角平衡关系

企业能力的三角平衡关系

#### 第5章 平衡是管理的最好状态

平衡是一种动态的过程

管理者平衡

平衡不是平均

#### 第6章 建立品牌平衡的五种关系

第一种关系：处理好打造品牌与管理品牌的关系

第二种关系：处理好企业发展与企业公民的关系

第三种关系：处理好企业文化与品牌文化的关系

第四种关系：处理好承诺与服务的关系

第五种关系：处理好商业模式与品牌影响力的关系

#### 第7章 品牌管理中的平衡艺术

用颠覆建立一种新的平衡

颠覆性产品具有极强的领导力

形成品牌领导力的法则

品牌领导力有多强大

信念也是领导力

#### 第8章 品牌价值创造与传递的三大要素

管理关乎品牌价值的创造

建立品牌领导力的三个方面

无形：金融品牌如何建立

#### 第9章 战略品牌管理的制定

战略创新是企业价值增长的源泉

制定战略的原则

构成企业战略文化的三个要素

制定品牌战略要有系统化的远见

柳传志的平衡挑战

#### 第10章 目标管理如何促进落实

目标管理的四个程序

## <<平衡的力量>>

目?确定的特征

分解总企业目标的方式

成功的目标分解需要有以下条件提供支持

### 第11章 “筛子”和“放大镜”

“放大镜”就是发现

跨界式创新

看招商银行品牌如何“放大”与“发现”

### 第12章 “闹钟原理”与企业家道德

何为“闹钟原理”

企业家们的道德商道

管理之要，在乎于度

李书福的领导创新

“刘备们”的领导力

### 第13章 品牌塑造不仅仅属于营销部门

品牌塑造的平衡意义

品牌战略中包含什么

与竞争品牌的平衡博弈

### 第14章 如何真正管理好品牌

处理好品牌与品类的关系

品牌不要早在产品之上推广

急功近利的做法成就不了品牌

不能以市场认知代替品牌认知

大认知下的企业发展平衡关系

全聚德品牌为什么失去平衡

### 第15章 首席品牌官的品牌管理秘诀

首席品牌官（CBO）成为企业新宠

企业经营最后拼的是文化

“现代与东风雪铁龙”的品牌提升之道

为什么中国缺乏国际大品牌

长期与短期利益的?系

文化与认知

国际化品牌的门槛要求

### 第16章 如何进行品牌塑造

品牌塑造的七大驱动力

品牌塑造的目标——建立品牌资产

品牌塑造的大境界在于平衡

<<平衡的力量>>

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>