

<<整体品牌设计>>

图书基本信息

书名：<<整体品牌设计>>

13位ISBN编号：9787218028361

10位ISBN编号：7218028365

出版时间：1998-09

出版时间：广东人民出版社

作者：卢泰宏

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>

<<整体品牌设计>>

书籍目录

导论：整体品牌设计观

品牌资产：最有价值的投资

1.1品牌概念的演进

1.2现代品牌的含义

1.3品牌类别与品牌家族

1.4品牌资产的价值

品牌故事1 - 4：可口可乐Coca - cola；索尼SONY；麒麟啤酒KIRIN；

Findus食品代表什么

品牌识别系统：期待品牌应该是怎样的

2.1什么是品牌识别

2.2品牌定位

2.3品牌识别模型

2.4品牌识别金字塔模型

2.5品牌基因DNA

2.6品牌识别的陷阱

2.7品牌识别系统

品牌故事5 - 7：麦当劳Mcdonald's；微电脑Atari缺乏什么：零售业的识别

品牌传播：将品牌注入消费者心中

3.1由外而内的传播策略

3.2品牌诊断

3.3品牌传播的要素

3.4形象差别化

3.5整合传播

品牌故事8 - 10：贝纳通Benetton；力上Lux；奔驰Benz

品牌包装设计：从无声推销到传播品牌价值

4.1整体品牌的利益

4.2两大设计流派：T派和L派

4.3外形与结构的作用

4.4重新设计

4.5国际品牌的全球化设计

品牌故事11 - 14：万宝路Marlboro；绝对伏特加Absolut；百威啤酒Budweiser

整体品牌设计运作：策略性设计制胜

5.1设计方案的作用

5.2购买者 使用者 销售点

5.3风格的体现

5.4两种不同的简报

5.5如何实施整体品牌设计

品牌故事15 - 18：柯达Kodak；资生堂Shiseido；蓝星啤酒BlueStar；

Wall公司的香肠包装

品牌团队管理：团队合力提升品牌

6.1整合团队方法

6.2客户团队

6.3设计顾问团队

6.4选择代理商

6.5设计方案的判断与评估

<<整体品牌设计>>

品牌故事19 - 23 : P&G的标识风波 ; 美国运通AmericaExpress ; 百事可乐PEPSI ; 耐克NIKE ; 雀巢公司Nestle

图表目录

主要参考文献

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>