## <<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品牌识别的陷井
- 2.7品牌识别系统

品牌故事5-7:麦当劳Mcdonld'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Absoiut;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

# <<整体品牌设计>>

#### 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