第一图书网, tushu007.com

<<品牌赢销中国>>

图书基本信息

书名：<<品牌赢销中国>>

13位ISBN编号：9787301124949

10位ISBN编号：7301124945

出版时间：2007-7

出版时间：北京大学出版社

作者：王菌

页数：263

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

内容概要

这是一本通过总结中国品牌成长之道，分析中国品牌营销的困境，全面解决中国品牌成长困惑的图书。

本书系统阐述了如何从无到有创立品牌、维护品牌、捍卫品牌、壮大品牌，以及如何使自己的品牌基业长青的具有战略性意义的品牌营销理念。

为了使广大读者能在愉快的阅读中了解中国品牌营销的困惑，领悟本土品牌做大做强之道，本书摈弃了教科书式的营销理论，引用了大量的实例以全面阐释当代最新的实效品牌营销理念，对品牌的成长，尤其是本土品牌的快速成长将具有极大的参考价值。

作者简介

王菌，资深广告人，毕业于清华大学。
有丰富的从业经验，先后服务过蒙牛、奇瑞、古越龙山、金城摩托。
环球嘉年华、民生药业、小肥羊、联宝、友谊商店。
GEMS等几十家著名企业。
作者一直站在中国品牌营销的一线关注中国品牌的发展趋势，致力于推广实效品牌战略， 旨在帮助中国品牌快速成长。

如果您想和作者进一步交流企业战略规划、品牌创建和管理、整合营销传播、广告创意与执行、销售与管理等方面的内容，可用下列方式与作者联系：作者邮箱：leosee@vip．sina．com作者博客：blog.sina.com.cn/lesoee.

书籍目录

第一章：新时代的竞争状况——实效品牌营销的序曲第二章：走出迷惘格局——营销观念新对策第三章：中国品牌营销版图——找到打开中国市场的金钥匙第四章：拨动消费者的心弦——洞察中国消费者第五章：品牌营销的支点——品牌的实效定位第六章：品牌营销的质——提炼品牌核心价值第七章：创建强势品牌根基——品牌内在的竞争动力第八章：品牌激活——注入新鲜的品牌活力第九章：品牌声音的传播途径——中国媒体广告策划第十章：品牌实效推广策略——传达强有力的品牌声音第十一章：品牌营销创新——颠覆传统营销理念第十二章：消费者的接触点第十三章：强化品牌竞争力——让你的品牌可持续发展

第一图书网, tushu007.com

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