第一图书网, tushu007.com

<<首席品牌官>>

图书基本信息

书名：<<首席品牌官>>

13位ISBN编号：9787503532283

10位ISBN编号：7503532289

出版时间：2005-6

出版时间：中共中央党校出版社

作者：郑新安

页数：247

字数：260000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

该书由中共中央党校出版社隆重推出，是一本全新解析品牌战略与管理的书。
本书从品牌管理职业阶层规划入手，注重战略与方法的双重阐释，提出“首席品牌官（CBO）”这一全新理念。
并全面表述了“首席品牌官”的职能与作用，以及对企业发展的重要性。
当今中国品牌思想之所以出现一些混乱现象，皆源于没有从“品牌制度经济学”的高度看问题，品牌打造与管理处于无序状态之中。
研究企业发展要从死亡开始，寻求企业持续动力必须从品牌入手；认识清楚品牌从文化源头开始；管理品牌从制度创新启始。
市场所有的交易皆源于消费者对品牌的偏爱与细危脆弱的信任链条的建立。
企业如何注入品牌动力，销售如何与品牌形成合力，品牌咨询行业如何创新服务内容，个人品牌如何从“生民”到“仙民”，从无为到有为。
本书纵横驰骋，根通海瀚，都进行了精彩的论述与介绍。
本书以“中国第一位首席品牌官”梁中国先生的思想为蓝本，详尽展现中国波澜壮阔的品牌界风云变幻。
同时，不仅阐述了品牌界的活动与思想表像，而且更为系统地理顺、捋清了各种表像之下的本质关联，帮助读者更为清晰的把握当恰最重要的品牌思想与方法脉搏。
本书以严谨的表述，完全市场化的呈现方式，把首席品牌官这一现象放在中国市场营销的大背景中，提出了对企业产生革命性变革的诸多动因。
有学术分析亦有市场案例点评，深入浅出，是一本不可多得品牌前沿论着。
品牌是一种偏见，品牌的背后是文化。
资深财经作家郑新安以睿知的洞见，激情的笔调，理性思辩的文风，为我们讲述了品牌管理的新思想与新方法，具有极高的阅读价值与研习价值。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

郑新安,品牌营销、媒体运作管理专家，资深财经作家。
北京黑森林品牌营销顾问有限公司总经理。
《中国新锐商业领袖丛书》主编，中国城市品牌战略工程（CCBE）项目委员会秘书长。

目前主要从事品牌营销管理，媒体运作咨询等市场服务工作。

书籍目录

序一 你是最棒的序二 中国企业品牌管理的系统思维序三 祝福中国品牌成功前言 品牌管理新思想“ 趋优消费 ”时代的品牌角力/梁中国与“ 首席品牌官 ”/打造品牌职业阶层/关于本书/方法与目标/致谢第一章 CBO之初 品牌之困/品牌归谁所有/企业家之品牌/企业中的品牌经理第二章 CBO使命 什么是CBO（首席品牌官）/CBO的角色演化/CBO的职责第三章 CBO职场远景 CBO的知识体系/CBO职业培训与认证/CBO职业发展前景/CBO是最可能成为CEO的职业第四章 CBO与制度创新 品牌制度何以重要/CBO制度应用/CBO制度成就CBO第五章 企业经营的长盛之道 恒定的品牌战略管理/品牌讲述历史/品牌是一种偏见/品牌是一个系统/品牌是商业进入消费者心智的捷径第六章 品牌的核心是价值 品牌关系模型要览/品牌进入心智/品牌DNA：品牌环/观点分析：“ 品牌易经 ”的深层意义第七章 品牌的躁动——IBF在中国 IBF的世界/“ 金手指 ”的品牌历程/梦想就是消费者的品牌/未来20年必定有中国的国际品牌产生/“ 品牌=产品+企业文化 ”/品牌是强热文化的动力/“ 跟我上路吧！
”第八章 CBO财富方法 品牌与企业不死论/当前品牌理论已不适应企业发展的需要/品牌是产品最本质的卖点/增长模式创造强大品牌/观点分析：与品牌塑造第九章 CBO看“ 传统 ”广告设计 崇尚视觉表达的时代/设计要抓住人文精神/整合行销时代的来临/为什么“ 传统 ”设计会没落/案例分析：这个设计很营销——中国航空服务有限公司“ 战略性设计 ”案例第十章 CBO与品牌市场管理 中外企业品牌管理之异同/奢侈品以营销公关活动为主/品牌的核心目标第十一章 什么是真正意义上的品牌？
让品牌资产成为企业资本/为品牌忙碌的中国企业/产品质量与品牌愿景严重脱节/大分部品牌没有经营/中国品牌才刚刚上路第十二章 CBO与战略传播定位 视觉里的文化/加强品牌保护意误解/案例分析：国美变脸的品牌图谋第十三章 CBO与广告公司转型 企业需要什么样的动力/转型中的形态/转型中的策略细分/战略同质化的魔影/营销为什么/观点为分析：易难看行业竞争第十四章 CBO谈区域旅游品牌规划 城市旅游品牌规划之需/旅游品牌战略管理的迫切性/旅游品牌战略管理现状/旅游品牌规划的具体内容/Slogan设计的几个注意点/咨询规划业的黄金海岸/案例分析：“ 梦江苏 ”迷惑世界第十五章 CBO谈文化竞争力 文化集团的纷纷崛起/商品消费行为背后是文化/让行销与文化同行/案例分析：阿瓦提刀郎文化品牌整合纪实结束语 在品牌的天空下后记

第一图书网, tushu007.com

<<首席品牌官>>

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