

<<中国最佳品牌建设案例>>

图书基本信息

书名：<<中国最佳品牌建设案例>>

13位ISBN编号：9787549106714

10位ISBN编号：7549106711

出版时间：2012-8

出版时间：广东南方日报出版社

作者：《21世纪经济报道》

页数：126

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>

<<中国最佳品牌建设案例>>

内容概要

《中国最佳品牌建设案例》收录了2011年度中国市场表现最佳的8个品牌建设案例，这些案例已经超越了局部传播行动的构思与实施，开始了真正的系统的品牌表达的寻根与思考；在经济处于迷局的当口，通过差异化手段建构和拓展品牌所代表的无形资产才是根本目的。

《中国最佳品牌建设案例》深入探讨这特企业品牌深层开掘的创新精神和指导价值，希望帮助更多的企业撼到一条塑造伟大品牌的有效捷径。

<<中国最佳品牌建设案例>>

书籍目录

序言 寻根反思振作前行新日电动车：借势三大世界级盛会的自我蜕变第一节 品牌效应凸显第二节 给力技术创新第三节 “群策群力”模式的确认第四节 无惧“行业剧变”专家点评 “参与式”重大事件营销的成功尝试长城润滑油：从突围到突破第一节 品牌整合第二节 航天三部曲一、定位二、落地三、细分客户，针对性传播专家点评以积极和专业的态度腾飞蔓妹：优雅复兴第一节 复活的勇气一、雙妹与上海共兴盛二、家化的野心第二节 任重道远一、佰草集的成功经验二、雙妹的挑战专家点评 “穿越”与“对接”：期待雙妹的复兴东风雪铁龙：以跨界回归原点第一节 法国制造和浪漫标签第二节 跨界合作三部曲一、定位二、执行三、评估专家点评雪铁龙的跃升之路海尔集团：年世界杯“我的球队”活动第一节 海尔为何要做世界杯营销一、做世界杯营销符合海尔的品牌地位二、世界杯可以彰显海尔的国际化 and 时代化品牌诉求三、海尔有坚持体育事件营销的成功经验和内在需求第二节 海尔营销世界杯——我的球队，我的世界杯一、网络搭建展示、选拔平台二、十市地面巡展造势三、《豪门盛宴》节目中“我的球队”高调出场，争夺“金球”四、“一枚金牌，一所希望小学”活动第三节 “我的球队”活动营销效果反馈一、网络传播效果二、电视传播效果三、地面传播效果四、希望小学地面活动传播效果专家点评借势营销提升品牌形象娇子：中国娇子·中国爱第一节 天时地利，蓄势待发一、联合重组，得天独厚二、精简整合，品牌集中三、精英文化，放眼全国第二节 “中国娇子·中国爱”公益活动一、企业公民，由始至终二、爱心互助，感恩回报三、携手伙伴，系列推进四、整体传播，张弛有度第三节 传递爱心，品牌升华一、公益标杆，爱心典范二、涅槃重生，继往开来专家点评娇子灾后重建，树立品牌形象泸州老窖：世界航天，中国荣耀第一节 一脉相承，同为“中国荣耀”一、“中国第一窖”，独树一帜二、双品牌运营，使命高远三、战略坚定，营销求变第二节 精心规划，分享“中国荣耀”一、合作伙伴，特色定位二、步步为营，层层推进三、五大策略，整合营销第三节 承前启后，继续“中国荣耀”一、整合传播，助推业绩二、继往开来，走向复兴专家点评世界航天，中国荣耀圣象：地板管家第一节 国际化之辩一、构建“三驾马车”二、逆势扩张第二节 打造品牌心智一、地板管家二、地板“低碳经济”专家点评诚信赢得消费者口碑评委简介

<<中国最佳品牌建设案例>>

编辑推荐

30年来，中国的企业家以美为师，模仿强豪，拼成本，抢速度，争夺500强的名号，追求品牌资产的溢价。

一旦中国的经济实体达到世界第二，市场疆域通达全球的时候，经营者依旧不平不满：中国的企业为何大而不强？

中国的产品为何始终在低端徘徊？

中国的品牌大厦为何弱不禁风千疮百孔？那么让我们一起从《中国最佳品牌建设案例》来寻找答案吧！

<<中国最佳品牌建设案例>>

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>