

<<汽车品牌店设计>>

图书基本信息

书名：<<汽车品牌店设计>>

13位ISBN编号：9787561128121

10位ISBN编号：7561128126

出版时间：2005-3

出版时间：大连理工大学出版社

作者：(德国)克里斯蒂安·马夸特等编、范连颖等译

页数：287

译者：范连颖

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>

<<汽车品牌店设计>>

内容概要

全球顶级品牌第一次在世界范围内展示了它的品牌店，我们应邀进行了欧洲、俄罗斯、远东、拉丁美洲和非洲之旅。

我们对梅塞德斯 - 奔驰品牌及其“销售点”的重要意义有了独有的了解。

销售点将生产者和消费者决定性地联系起来，其引发联想的外观和氛围促成了品牌的成功，也提升了品牌的形象。

因此，梅塞德斯 - 奔驰战略旨在在世界各销售服务中心一致性地展示品牌、产品以及相关服务。

该书从多方面记录了梅塞德斯-奔驰全球特约经销店的建筑和室内设计，它描绘了品牌世界是怎样转换成建筑的，尽管它们都有各自的特征，但仍然很容易被识别。

<<汽车品牌店设计>>

书籍目录

序言从已确立的公司特征到品牌建筑什么是品牌及它们是怎样发挥作用的？

梅塞德斯 - 奔驰特约经销店的作用作为品牌战略组成部分的汽车特约经销店设计品牌特点描述和品牌体验：“品牌展示馆”照明和色彩设计在销售和品牌宣传中多媒体的使用活动营销和建筑玻璃标志：位于柏林和慕尼黑的最早的梅塞德斯 - 奔驰中心大都市的品牌：未来的梅塞德斯 - 奔驰中心为行人而设立：梅塞德斯 - 奔驰的展点优质与标准：德国的中小型展厅模式梅塞德斯 - 奔驰在欧洲遥远的大陆：非洲、亚洲及拉丁美洲的汽车特约经销店可以欣赏风景的展厅：莱斯博斯岛

<<汽车品牌店设计>>

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>