<<品牌胜典>>

图书基本信息

书名:<<品牌胜典>>

13位ISBN编号:9787801096005

10位ISBN编号:7801096002

出版时间:2003-1

出版时间:中央编译出版社

作者:秋水

页数:322

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

<<品牌胜典>>

内容概要

本书是一位从事企业管理十数年的企业人对品牌的感悟。 不但道出了中国企业品牌营销的缺陷,而且指出了如何创建品牌、发展品牌的问题。 无论对于品牌研究者,还是对于企业经理人,本书都值得一读,甚至数读。

<<品牌胜典>>

作者简介

秋水,本名韦桂华。

1964年7月生于江苏盐城。

1995年中央党校函授学院经济管理本科毕业,现任江苏森达集团新闻发言人。

作者已从事企业管理工作10多年,曾在人民日报、经理日报、突破杂志等众多报刊杂志开设品牌专栏,发表各类文章400多篇,近200万字。

1994年创立并推行的"3351"现场管理法曾获"全国管理成就奖",1998年创作的《最后的商战》荣获江苏省第六届哲学社会科学成果三等奖。

《品牌胜典》是作者第二部点评品牌竞争热点问题的著作。

全书采用了散文化写作风格,结合作者丰富的企业实践、敏锐的新闻视觉和冷静的哲学思考,使本书许多篇目在撰写中即受到社会各界的广泛关注。

<<品牌胜典>>

书籍目录

序 言 另一个角度第一篇 品牌战略与游戏规则 按规则游戏 企业家的最初一课与哲学家的最后一课 感受"零距离"不创新,就灭亡人·狼·羊 做学习型品牌 回归核心力竞争 企业品牌的层次 谁是真正的"狼"?

第二篇 品牌的精神 名牌的内涵 史玉柱还债 用枪瞄准自己 "MADE IN CHINA"卖什么?

技术是最好的卖点 让世界"注意"名牌:让时间见证 辩证看待空调业"价格战"让灵性出壳第三篇品牌的竞争与合作 拥有自己的文化 竞合:共做新"奶酪"拽住顾客的手 提升发现市场的眼力 让营销注入知识的魅力 老顾客是最好的广告 按价值定价 谁是"名牌"最权威评判者?

"顾客价值"至上第四篇 打造成功品牌第五篇 走出品牌的局限第六篇 品牌之累第七篇 品牌承诺第八篇 品牌追问后 记参考书目

<<品牌胜典>>

编辑推荐

在经济全球化、知识化的今天,我们还不清楚谁是真正的"狼",还不懂得用WTO这张网将"狼"套住,还不敢用WTO这杆枪将"狼"消灭,那我们的未来只有一个:坐以待毙!

如果你拥有一县的眼光,那你可以做一县的生意;如果你拥有一省的眼光,那你可以做一省的生意,如果你拥有天下的眼光,那你可以做天下的生意。

在当前这个时代,一个企业如果不能拥有响亮的品牌,那我实在不知道,这个企业还会有什么? 它还有什么真正的未来

<<品牌胜典>>

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