

<<领导成就卓越品牌>>

图书基本信息

书名：<<领导成就卓越品牌>>

13位ISBN编号：9787801930484

10位ISBN编号：7801930487

出版时间：2006-1

出版时间：第1版 (2006年1月1日)

作者：莱波拉

页数：310

字数：250000

译者：周光尚

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>

<<领导成就卓越品牌>>

内容概要

这是一本关于领导艺术的书——一本关于如何使公司上下齐心合力创造客户忠诚，并通过创造和维持这种忠诚实现最大价值的书。

许多公司领导者错误地以为品牌塑造只是营销的问题，只是那些能够花得起钱在超级体育赛上做广告或醒目标识的大公司的事。

但实际上，品牌是消费者对一个公司或产品的每种体验的总和，是消费者对该品牌开始形成某种承诺的看法的总和。

实际上，如果你希望创建一个强大的品牌，那么保持这种承诺就是每个领导的责任。

品牌价值和顾客忠诚来自实施品牌战略的领导者的智慧和修养以及塑造品牌的日常行动。

<<领导成就卓越品牌>>

作者简介

F.约瑟夫·莱波拉在综合品牌塑造、营销和商务咨询方面具有26年的经验。他与一些公司的执行官合作，帮助他们将品牌与创造更高投资回报率的客户体验联系起来。1994年，他和莱恩·帕克一起创建了综合品牌塑造业务咨询公司——帕克·莱波拉公司。

<<领导成就卓越品牌>>

书籍目录

领导者的地图致谢前言第一部分 品牌驱动：通过杰出的领导走向综合品牌塑造之路 第1章 为什么要走这条路 创造忠诚客户的秘密 综合品牌塑造定义 综合品牌塑造过程 每个领导者的旅程 塑造综合品牌的旅途指南 第2章 确定目的地 兴趣点：清晰的品牌怎样使你的公司与众不同 创造你自己的品牌与品牌结构：九个步骤 第3章 导向工具 定义的你的品牌工具 兴趣点：品牌工具库 品牌确立之后 第4章 准备上路 协调集体行动 品牌承诺的程序 获得对实现综合品牌塑造的支持 兴趣点：创建客户体验模式 兴趣点：测试支持 克服阻碍公司协调一致的障碍 兴趣点：信任建设者测试 兴趣点：优缺点清单 准备上路：最后检查 第5章 规划线路 品牌战略中包含什么？

迈出第一步 兴趣点：每个领导都会提出的品牌战略问题 一个品牌规划模板 品牌战略与企业面临的威胁 行动与反应 第6章 宣传你的目标 宣传和展示品牌工具 兴趣点：测度员工对你的品牌承诺的理解程度 让你的目标清晰可见 第7章 道路规则 第8章 驱动什么 第9章 加速引擎 第10章 让员工行动起来 第11章 旅途上的标志 第12章 我们到了哪里？

第二部分 旅程 综合品牌塑造的特殊应用 第13章 重振现有组织 第14章 初创组织领导者之路 第15章 非盈利组织领导之路 第16章 医疗服务组织领导者之路 第17章 合并与收购的领导者之路第三部分 参考材料 第18章 塑造综合品牌的袖珍旅途指南

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>