

<<品牌15步法则>>

图书基本信息

书名：<<品牌15步法则>>

13位ISBN编号：9787801931658

10位ISBN编号：7801931653

出版时间：2004-8

出版时间：中华工商联合出版社

作者：曾朝晖

页数：329

字数：280000

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15步法则>>

### 内容概要

将简单的事情复杂化，这是学究们的本领。

而将复杂的事情简单起来，则是本书的根本宗旨，虽然有“条条大路通罗马”的说法，但我相信任何事情都会有一种最简单的解决方案，本书就是一种尝试。

《品牌15步法则》揭示了普普通通的产品和服务是如何转变为商业奇迹的，这或许会启发你创造出新的贝纳通、柯达或可口可乐。

## <<品牌15步法则>>

### 作者简介

曾朝晖，著名品牌实战专家，品牌理论权威学者，蔚蓝远景营销顾问机构总裁，首席顾问，国内公认的“品牌人格化”理论及“品牌15步法则”的创立者，《销售与管理》《销售与市场》，《糖烟酒》《中华广告网》《阿里巴巴》《中国营销传播网》等多媒体专栏作家。

以稳健

## <<品牌15步法则>>

### 书籍目录

序言：一个人就是一个品牌 导语：迎接品牌力时代 第1步 品牌身份识别 链接案例一 金六福的文化内涵 力士(Lux)的命名创意 第2步 品牌战略规划 品牌案例三 格兰仕,专注的生产者 链接案例四 梅林、正广和、光明三大品牌联合战略 第3步 品牌个性塑造 链接案例五 认真的女人最美丽 第4步 品牌定位 链接案例六 各有所长的麦当劳和肯德基 链接案例七 薇姿,全世界只在药房销售 第5步 品牌核心价值设定 链接案例八 文化造酒 链接案例九 沃尔沃,最安全的车 第6步 品牌知名度打造 第7步 品牌美誉度提升 第8步 品牌忠诚度培育 第9步 品牌联想建设 第10步 品牌延伸 第11步 品牌形象更新 第12步 品牌的国际化 第13步 品牌整合传播 第14步 品牌保护与危机管理 第14步 品牌体检 附录：品牌对话 后记：创意来自于生活

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>