

<<完美营销>>

图书基本信息

书名：<<完美营销>>

13位ISBN编号：9787802557239

10位ISBN编号：7802557232

出版时间：2011-3

出版时间：企业管理出版社

作者：（美）康纳 著  
夏金彪 译

页数：172

译者：夏金彪

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>

## <<完美营销>>

### 内容概要

本书带你来到一流的品牌营销专家詹姆斯·康纳的身边，聆听他对200多名中小企业主传授品牌缔造、提升营销ROI的心得。

这本划时代的著作就是詹姆斯·康纳授课内容的精华，它把财富1000强企业缔造品牌的高招运用到中小型企业，詹姆斯·康纳提出了一套所有企业均可实施的行之有效的流程，就是凭借所谓的卖点达到卓越的营销效果。

中小企业主多是白手起家、自我奋斗的实干家，他们大多经营家族企业，没有受过企业文化的熏陶。这些人没有读过MBA，也没有很高的学历，创办企业全凭胆魄和热情。

他们大多不重视品牌营销，也缺乏这方面经验，不会使用专业方法开展品牌营销，这成了企业不能做大做强的致命弱点。

詹姆斯·康纳了解他的听众并对这类企业主坦诚以告，把自己的道理、方法和现实世界的实际动作经验告诉他们。

<<完美营销>>

作者简介

作者：（美国）康纳（James Connor）译者：夏金彪 编者：屈云波詹姆斯·康纳，纽约品牌战略和全方位品牌服务广告公司“詹姆斯集团”的创办者兼CEO，该公司专为全美的中小型企业提供客户服务。

## <<完美营销>>

### 书籍目录

- 第一章 品牌营销的发动机
- 第二章 揭示品牌的问题
- 第一步
- 第三章 用卖点定位品牌
- 第四章 品牌四要素
- 第五章 公司名称的内涵
- 第六章 如何构想鲜明有力的品牌名称
- 第七章 好的标识有哪些共性
- 第八章 设计会说话的广告语
- 第九章 打品牌、促销的四种广告宣传活动
- 第二步
- 第十章 长期持续地推出品牌
- 第十一章 先让员工树立品牌意识
- 第十二章 为搜索引擎排名建设网站
- 第十三章 合伙人战略
- 第十四章 谋求高质量的公关报道
- 第三步
- 第十五章 营销的投资收益
- 第十六章 快速增长和慢速增长
- 第十七章 完美营销何以见效

## <<完美营销>>

### 章节摘录

“借用一下你的白板，”我说，“让我们来更好地了解一下你公司的现状。

”彼得从木柜门后拉出一块白板。

白板约一臂宽，上面密密麻麻地写着红绿两色的收益数字，还列有公司希望实现的理想客户细分。

“你可以把上面的字擦掉。

”彼得冷冷地说。

我把白板擦干净，用蓝笔画了三个方框。

我在中间的方框里填入经营，在右边的方框写入财务，左边的方框故意什么也没填。

“凡是企业，”我解释说，“不管它生产什么，客户是谁，也不管它位于哪个国家、在哪个地区生产，都有三台发动机。

”我指着经营的方框。

“经营是花时间最多的，因为它是你最擅长、最爱做的事。

你早上醒来，知道自己观点独到，理念正确，能把客户想要的东西给他们。

客户喜欢你，这说明你的企业有存在的价值，说明你懂得把自己的产品呈现给客户。

”彼得点头，表示他认为这番话说得很对。

“那么，用这个方框来检验，”我说，“结果证明你很懂经营。

”“我们完全可以评A，”彼得自信地说，脸上洋溢着公司创立者的自豪感。

“好的。

我们用评级法，给它评A。

”我在这个方框下写了A。

彼得强调说：“这是实至名归，我们可能已经达到了世界一流。

”“你们做了八年，这说明你们的财务管理也做得不错。

”我指着财务一项。

“也许刚开始不太好，但是后来渐渐摸到了门道或者请到了懂行的人。

我们给这个方框评什么？

”

## <<完美营销>>

### 媒体关注与评论

“这本书提出的方法帮助我们成为了全美数一数二的行业领袖。

我读过不少营销书籍，这本书提出的打品牌、促销售的方法最明晰、最确切。

”——马克·舒曼GarageTck的创办者兼CEO“我们用书中提出的方法重新树立了企业的品牌，顺利突破销售瓶颈，并缔结了成功的合伙关系。

现在我们旗下ThinkFun品牌的系列产品风靡全美，行销全球。

”——安德烈娅·巴塞罗ThinkFun的创办者兼企业发展副总裁“书中网站优化的章节帮助我们成为了Google关键词搜索排名第一的企业。

企业建立网站前，都应该先学习书中的方法。

”——克里斯·布朗Teed & Brown的创办者兼CEO“这本书中提出的原则对企业的长远发展至关重要。

”——里奇·霍比WQIS ( The Water Quality Insurance Syndicate ) 总裁

<<完美营销>>

编辑推荐

《完美营销:中小企业品牌营销3步骤》：中小企业主与著名品牌营销大师对话录

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>