

<<商品命名36技>>

图书基本信息

书名：<<商品命名36技>>

13位ISBN编号：9787111367086

10位ISBN编号：7111367081

出版时间：2012-1

出版时间：机械工业出版社

作者：周绍贤

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>

<<商品命名36技>>

内容概要

追逐名牌，人之常情。

一个出众的名称，能够助力企业从此飞黄腾达。

如果命名不慎，也可能让自己、让商品在旦夕间陈尸疆场。

作者依据多年品牌策划实战经验，集结全球知名品牌成功秘籍，解析巨星品牌命名规则，总结出好名出炉的黄金定律。

文中穿插了好玩的品牌故事，生动有趣，引人入胜。

本书中文繁体字版本由德威国际文化事业有限公司在台湾出版，今授权机械工业出版社在中国大陆地区出版其中文简体字平装本版本。

该出版权受法律保护，未经书面同意，任何机构与个人不得以任何形式进行复制、转载。

<<商品命名36技>>

书籍目录

前言

第1章 经典品牌 不朽奥秘

第1节 30个超级名牌故事

- 一、喜力——从荷兰风车飘送出来啤酒香
- 二、轩尼诗——法国贵族风范，它浪漫你心醉
- 三、月桂冠命名源自太阳神，最资深的酿酒师
- 四、AMD——英特尔都畏惧的半导体悍将
- 五、Win7——命名由来扑朔迷离
- 六、巴诺——一步一步打造书籍直销王国
- 七、戴尔——直接销售计算机，闯出一片天
- 八、象印——专门提升米饭口感，追求世界唯一的形象
- 九、赛门铁克——防毒达人在云端运算领域也要称雄
- 十、圣罗兰——系出名门迪奥，一度精神崩溃
- 十一、路易威登——来自皇室恩典，奢侈时尚定义者
- 十二、资生堂——用致命香味拨动女人心灵的琴弦
- 十三、布伦瑞克——心灵激励最佳拍档，压力随球入袋化为乌有
- 十四、迈克尔·乔丹——公牛23号，不朽灌篮飞人
- 十五、阿迪达斯——聪颖日耳曼民族，让著名赛事更经典
- 十六、诺基亚——来自芬兰，重视科技，更重视人陆
- 十七、杜蕾斯——怎么做，怎么爱，大家都安全
- 十八、普拿疼——头痛医头，与阿司匹林不是冤家不聚头
- 十九、哈曼卡顿——发烧自我，专门让世人听出耳油
- 二十、Cakewalk——世界级音乐创作高手，对它崇拜到极点
- 二十一、施坦威——将古典12大天王才华展现无遗
- 二十二、莲花跑车——穿越极速时空，非其莫属
- 二十三、奥迪——浑身散发名门风范，超大扭力瞬间怒吼
- 二十四、捷豹——驰骋在成功的大道，无人跟我比
- 二十五、Facebook——脸谱让社交网络平台全世界发烫
- 二十六、哈雷摩托车——它不重，它是我兄弟(He isn't heavy, he is my brother.)
- 二十七、007——即使物换星移，依然是经典中的经典
- 二十八、拉瓦萨——和意大利男高音成就同样杰出
- 二十九、桂格——微笑用兵的和蔼慈祥老人
- 三十、立顿——惊人创意，让事业版图天天都回甘

第2节 享用名牌 气质重于一切

- 一、林肯总统 面试逆向观
 - 二、气质尽藏 名牌极短篇
- 第2章 巨星品牌烙印刷闻与改名解蚂
- 一、亲和力主导巨星Power
 - 二、特朗普号称吸金至尊
 - 三、艺人改名72变
 - 四、台湾地区艺人换名多多
 - 五、名人名字四种形态
 - 六、好莱坞改名 多如过江之鲫

.....

<<商品命名36技>>

- 第3章 命名类型解析VS好名36条黄金定律
- 第4章 命名企划书关键词与造词
- 第5章 品牌信号B2B西方取经
- 第6章 如何让网络名称有加分效果
- 第7章 商品命名，实战解析
- 第8章 幽默与惊悚，一线之隔
- 第9章 Logo故事/黄金法则
- 第10章 输掉商标，输掉市场
- 第11章 博客命名九大黄金定律
- 第12章 2020年未来趋势

<<商品命名36技>>

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>