

<<插位（升级版）>>

图书基本信息

书名：<<插位（升级版）>>

13位ISBN编号：9787111443155

10位ISBN编号：7111443152

出版时间：机械工业出版社

作者：李光斗

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>

<<插位（升级版）>>

内容概要

插位是一种针对强势竞争对手非常有效的品牌营销战略，旨在通过颠覆性的品牌营销，打破市场上原有的竞争秩序，突破后来者面临的竞争困境，使后进品牌拓展大市场、快速超越竞争对手，进而成为市场的领跑者。

中国品牌第一人李光斗先生首创的“插位战略”，因为其本土性、实战性和独创性，成为影响中国企业竞争的重要商业思想，指导众多中国名牌企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

历经多年的完善与发展，李光斗先生的《插位：颠覆竞争对手的品牌营销新战略?升级版》隆重问世。从产品差异化、营销差异化、传播差异化、品牌差异化等多个维度总结升华插位战略的重要作用与成功案例。

<<插位（升级版）>>

作者简介

李光斗先生出身于市场营销第一线，自1990年开始从事市场营销和品牌策划工作，先后担任伊利集团、蒙牛乳业、广日电梯、民生药业、古越龙山、招商银行、长虹、德尔惠、喜临门集团、雷士照明、青岛啤酒等十余家著名企业的常年品牌战略和营销广告顾问，亲历了改革开放后中国品牌发展的历程，具有丰富的品牌建设和市场营销经验，荣获中国策划业杰出功勋奖。

李光斗先生毕业于复旦大学新闻学院，曾任复旦大学研究生会副主席，代表中国大学生参加在新加坡举行的亚洲大专辩论会，荣获冠军。

代表著作有：《事件营销：引爆流行的行销艺术》《故事营销：世界最流行的品牌模式》《情感营销：如何让消费者爱上你的品牌》《总统战：奥巴马的政治营销》《插位：颠覆竞争对手的品牌营销新战略》《升位：中国品牌革命》《盛世微言：微博营销专案》《品牌战：全球化留给中国的最后机会》《商解三国》《全员品牌管理》《仅次于总统的职业》等。

<<插位（升级版）>>

书籍目录

前言

第1章 插位战略

- 一、插位战略的定义
- 二、插位盈利术
- 三、插位战略的魅力

第2章 插位战略的序曲洞察消费者内心真实的需求

- 一、隐藏于消费者内心对品牌认知的三个层次
- 二、消费者为什么会说谎
- 三、消费者行为背后真实的需求是什么
- 四、洞察消费者内心需求的方法
- 五、最异化消费者内心的商品酒和手机

第3章 挑战传统成就品牌插位战略

- 一、市场态势，我们还有机会吗
- 二、传统的营销思维定式
- 三、大市场在哪里
- 四、排队经济学中的插位技巧
- 五、中国原产地品牌如何运用插位之道再现盛世辉煌？

第4章 只有插位才有机会

- 一、中国企业发展的新里程
- 二、古越龙山插位战略成就国粹黄酒
- 三、插位战略，不再仰视强敌习惯成自然，失败成必然
- 四、插位战略，不必担心“迟到”珠峰冰川：圣水是如何炼成的
- 五、卖懒经济学：越懒越插位

第5章 插位战略的原则和步骤

- 一、插位战略的两个原则
- 二、错误插位
- 三、插位战略的步骤
- 四、发现插位缝隙的八大法则
- 五、洋河蓝色经典，一场绵柔的插位之旅

第6章 蛙跳战术与跳跃插位

- 一、插位战术无处不在
- 二、新几内亚战役蛙跳战术的经典战例
- 三、跳跃插位在现代商业中的应用

第7章 斜行插位

- 一、百事可乐成功秘笈
- 二、可口可乐反插位：玩得比你更年轻
- 三、耐克神话
- 四、金嗓子,像卖药一样卖糖果
- 五、波音787网状社会的空中出租车

第8章 垂直插位

- 一、可以吸的果冻
- 二、方便面日本叫响世界第一大“发明”
- 三、“现代”启示录：服务插位创品牌
- 四、华光国瓷：好风凭借力，送我上青云

<<插位（升级版）>>

第9章 联合插位

- 一、洗脚“洗”出的大产业
- 二、星巴克，第三空间（Third Place）
- 三、运动、时尚，女人要兼得
- 四、德尔惠：运动也“娱乐”

第10章 异地插位

- 一、肯德基东方的“西式”霸主
- 二、皮尔·卡丹：到人口最多的国家“作秀”，得到最多人的认可
- 三、Hello Kitty借流行文化风靡全球

第11章 颠覆插位

- 一、颠覆式创新：重新定义产品
- 二、雅诗兰黛：引爆香水时代
- 三、电子商务对传统渠道的颠覆

第12章 破坏插位

- 一、乔布斯：破坏式创新改变世界
- 二、农夫山泉天然水VS椰树矿泉水
- 三、平价眼镜与平价药房

第13章 捆绑插位

- 一、娱乐圈中的插位战略
- 二、“黄鹤楼”与“四大天王”
- 三、绑在公共资源身上的广告
- 四、美丽是睡出来的，健康也是睡出来的喜临门的睡眠指数营销
- 五、从粉红色的凯迪拉克到CTS凯迪拉克的插位战略

第14章 比附插位

- 一、艾维斯的“老二宣言”
- 二、日本人如何山寨中国黄酒
- 三、中国品牌如何比附好莱坞进行广告植入

第15章 新媒体时代的插位战略

- 一、即将消失的职业：京城报刊亭见证纸媒寒冬来临
- 二、筑塔还是结网：网络时代的社会传播之变
- 三、新媒体时代的传播攻略
- 四、大数据时代如何掘金
- 五、网络时代，后来者的插位机会腾讯成功之路
- 六、插位战略淘出“淘宝”

结语 只有插位才有机会

<<插位（升级版）>>

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>