

<<21世纪品牌运营方略>>

图书基本信息

书名：<<21世纪品牌运营方略>>

13位ISBN编号：9787115101242

10位ISBN编号：7115101248

出版时间：2003-01-01

出版时间：人民邮电出版社

作者：王永龙

页数：285

字数：318

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>

<<21世纪品牌运营方略>>

内容概要

品牌竞争是市场竞争的集中体现。

当竞争越来越集中于品牌竞争时，品牌成为既能阻止新竞争者加入的进入障碍，同时又成为企业开创新市场空间的武器。

这是因为：品牌的差别优势，降低了来自替代品的巨大压力；品牌的声誉溢出效应，能够使企业获得在“供应链”或“销售链”中的主动优势，减弱来自供应商或买主的讨价还价能力；品牌使企业获得在行业内的“领导者地位”，企业因此而能够获得顾客资源优势；品牌能够赢得政策和法律资源的支持。

在当今激烈的市场竞争中，拥有品牌能够赢得政策和法律资源的支持。

<<21世纪品牌运营方略>>

书籍目录

- 第1章 品牌意识：品牌运营的思想战役
- 第2章 品牌定位：品牌运营的目标导向
- 第3章 品牌创造：品牌运营的支撑体系
- 第4章 品牌创新：品牌运营的轴心
- 第5章 品牌营销：品牌运营的中心
- 第6章 品牌竞争力：制造品牌无可替代的优势
- 第7章 品牌发展战略：品牌运营的“护照”
- 后记
- 参考文献

<<21世纪品牌运营方略>>

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>