

<<娱乐至上>>

图书基本信息

书名：<<娱乐至上>>

13位ISBN编号：9787300053295

10位ISBN编号：7300053297

出版时间：2004-3

出版时间：中国人民大学出版社

作者：伯德·H.施密特(BerndH.Schmitt)

页数：272

字数：241000

译者：朱岩岩

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>

<<娱乐至上>>

内容概要

如今，顾客比从前更独立，而广告业也显得越来越力不从心。本书向我们展示了那些精明的公司是如何运用想像力、幽默感以及表演来招揽顾客，并通过一种新的体验来吸引他们的。

本书为你提供了一些成功的案例分析，并展示了那些可以吸引顾客、发布新产品、树立品牌、制造新闻以及建立深厚顾客关系的“商业秀”技术。

从街头秀到街头小分队，从多媒体剧院到更多其他形式，你可以看到一个适合每位顾客、各个行业的营销新时代的到来。

最重要的是，本书还提供了一些工具，可以帮助你“商业秀”与你的品牌、核心战略目标以及可测量结果联系起来。

你的公司也可以走进商业秀——为了迎合现今的顾客，你别无选择！

作者简介

伯德·H·施密特，顾客体验、品牌和创新方面的世界权威人物。系哥伦比亚商学院的教授以及THE EX GROUP首席执行官。他曾在20多个国家举办讲座和进行咨询，美国有线电视新闻网、英国广播公司、美国彭博电视台、美国全国广播公司亚洲财经频道等媒体都曾对他进行报道。他还著

<<娱乐至上>>

书籍目录

本书概述：娱乐秀，商业中必不可少的一道风景第一部分 秀的不同类型 第1章 现场秀 第2章 充满智慧与想像的秀场 第3章 通过新媒介（或旧媒介）做秀 第4章 传言、宣传员和顾客的秀 第5章 综合使用不同类型的秀第二部分 如何使娱乐秀获得商业上的成功 第6章 娱乐秀与品牌紧密联系的八个步骤 第7章 通过娱乐秀建立联系 第8章 扩大娱乐秀的影响面 第9章 测量、预算和投资回报率第三部分 娱乐秀的组织 第10章 为员工和商业伙伴做的内部秀 第11章 如何策划自己的秀：三个P以及IBM的故事 第12章 管理中的角色、传奇和理念 第13章 娱乐秀方面的杰出人才库第四部分 体验文化中的娱乐秀 第14章 拉斯韦加斯 第15章 餐饮业 第16章 艺术商业

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>