

<<如何进行品牌营销>>

图书基本信息

书名：<<如何进行品牌营销>>

13位ISBN编号：9787301067871

10位ISBN编号：7301067879

出版时间：2004-1

出版时间：北京大学出版社

作者：胡晓阳

页数：195

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>

## <<如何进行品牌营销>>

### 内容概要

在激烈的市场竞争环境下，品牌作为企业一笔巨大的无形资产，在企业发展中起着越来越重要的作用，强化品牌营销与管理是职业经理人的重要职责之一。

本书旨在帮助经理人提高品牌营销与管理的能力，全书系统地讲述了品牌定位与设计，品牌宣传与推广，品牌更新与延伸，品牌危机的防范与保护，品牌价值评估与提升等方面的知识。

经理人通过学习本书将从中了解到实施品牌营销、加强品牌管理的相关技能，切实强化企业的品牌管理，提升企业的品牌价值，从而增强企业的竞争力。

与您分享世界500强企业培训精华！

本书实为各级管理者打造卓越团队、管理团队的实战宝典，一册在手，边学边用，成竹在胸；带领团队原来并不那么困难！

知识改变命运，学习成就未来。

愿时代光华培训书系伴随您一路走向成功，走向辉煌！

## <<如何进行品牌营销>>

### 书籍目录

第一章 品牌定位与设计 技能点1：如何贯彻品牌定位原则 技能点2：如何掌握品牌定位常见类型  
技能点3：如何认识品牌定位结果偏离现象 技能点4：如何掌握品牌定位过程 技能点5：如何  
突出品牌个性 技能点6：如何避开品牌认识误区 技能点7：如何掌握品牌命名原则 技能点8：  
如何掌握品牌命名程序 技能点9：如何设计产品包装 技能点10：如何进行品牌标志整体设计  
技能点11：如何进行品牌标志色 技能点12：如何进行品牌标志字 技能点13：如何进行品牌吉祥  
物 技能点14：如何进行品牌象征性声音 技能点15：如何绕开品牌设计误区第二章 品牌宣传与推  
广 技能点1：如何贯彻广告设计原则 技能点2：如何选择广告媒体 技能点3：如何进行广告推  
广媒体决策 技能点4：如何预算广告推广费用 技能点5：如何测评广告推广效果 技能点6：如  
何选择销售促进方式 技能点7：如何进行品牌公关宣传 技能点8：如何进行品牌新闻推广第三章  
品牌更新与延伸第四章 品牌危机与保护第五章 品牌资产与评估

## &lt;&lt;如何进行品牌营销&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘 技能点13 如何设计品牌吉祥物 主题词 品牌营销·品牌定位与设计·设计品牌吉祥物  
适用情景 当进行品牌吉祥物的设计，要了解其基本程序和设计的要求时，查看此技能。

技能描述 品牌吉祥物是品牌发展到一定阶段的产物，是强化品牌的一种措施和要求，是美化、活化品牌的有力手段。

尤其在提高品牌亲近度、忠诚度方面，品牌吉祥物对于创建与发展强势品牌起着积极的推进作用，是不可或缺的一部分。

设计品牌吉祥物，应该掌握以下内容：1. 创建程序 品牌吉祥物的创意与设计是一个调查研究、学习的过程，是一个选择与整合的过程。

(1) 组建品牌吉祥物的创建小组，进行调查研究与学习。

了解品牌的定位、核心概念、目标消费者、竞争对手的品牌吉祥物及其品牌的相关内容。

(2) 进行讨论交流，确立有可能被使用的相关内容和元素。

讨论交流时可以运用头脑风暴法，激发大家的创造力和想象力。

(3) 对有可能被使用的相关内容和元素，进行再次筛选、拟定。

可以请有关专家参与，让他们独立地对有关品牌吉祥物的内容和元素做出判断分析，然后组织相关人员进行归纳、总结、拟定。

(4) 对拟定的内容和元素进行创意设计，确立几个吉祥物和其变形体及其使用规范。

再次请专家对确立的几个吉祥物和变形体及其使用规范做第二次判断分析，提出建议和意见，然后进行调查和测验分析。

调查和测验分析可以采用书面访谈式和小组座谈式，让受众对吉祥物和其变形体做出评价、评估、选择。调查问卷设计要科学、合理、简洁。

对调查与测验的结果，要细心的整理、研究。

再与一些专家的建议和意见进行对照，补充完善，最后确定出准吉祥物和其变形体及其使用规范。

(5) 把准吉祥物和其变形体及其使用规范提交最高决策层，进行研究选定。

2. 设计要求 (1) 汇聚品牌形象。

品牌吉祥物是品牌的图腾，是品牌的化身，是品牌的代表和象征。

因此，品牌吉祥物要体现品牌的理念和精髓。

(2) 新颖、独特和简洁。

品牌吉祥物要新颖、独特和简洁，才能脱颖而出，才能赶上潮流，才能吸引人且富有魅力，进而创造出新理念、新思维，达到赢得受众的厚爱和“再创作”的目的。

(3) 美观大方。

品牌吉祥物只有拥有美丽和魅力，才能让受众百看不厌、过目不忘。

通过对品牌吉祥物的热爱，进而产生对品牌及其产品的厚爱。

绝不能让受众反感吉祥物，以致反感品牌。

(4) 体现品牌定位。

品牌的吉祥物一定要能体现品牌的定位和个性，与品牌整体融为一体。

绝不可与品牌的定位和个性等相违背，以免破坏品牌的形象和基础。

(5) 富有创造力。

品牌吉祥物要有一定的寓意，让消费者能从中得到愉快的联想，且其想象空间要较大。

不可让消费者产生消极的、误导性的品牌联想。

品牌吉祥物要有一定的创造力。

只有创新，才能超越；只有创新，才能醒目独特；只有创新，才能富有生命力。

(6) 易于和品牌其他元素搭配。

品牌吉祥物的创建要与品牌其他元素一起进行搭配考虑，以求品牌的整体效果并能有效地整合传播。

其他元素包括：品牌名称、标志、包装、标志物、周围环境等。

(7) 有趣味性、活泼性。

## <<如何进行品牌营销>>

一个活泼有趣的品牌吉祥物对于品牌创建与发展起着不可估量的作用。

由于吉祥物具有很强的可塑性、创造性，可以根据需要设计不同的表情、不同的姿势、不同的动作。采用比较严肃庄重的标志、标准字和名称，更要富有弹性、生动性，这样才能达到过目不忘的效果。

(8)受法律保护。

受不到法律保护的品牌吉祥物是“空中楼阁”，会前功尽弃。

要受到法律保护，就要不构成侵权且在允许注册的范围内，并及时注册。

企业在实际操作中，可以结合品牌自身的情况、竞争对手的品牌情况、企业的氛围及该企业或行业其他品牌的吉祥物进行针对性创作和运用。

牢记要点品牌吉祥物的设计应掌握以下内容： 创建程序 设计要求 第四届海峡两岸(福建漳州)花卉博览会的一对吉祥物是“圆圆”。

此对吉祥物身高约一米六，以气膜为材料，以水仙花、蝴蝶兰、仙人球为主体，以热情奔放的桔黄色和代表生态生命的绿色为主色调，制作成手持水仙花、兴高采烈的“金童玉女”，体现第四届花博会的主题“花开两岸，情系桑梓”，表达海峡两岸同胞的共同心愿“团圆、美满”。

在巡游期间，受到台湾同胞的热烈欢迎和喜爱。

实践练习下面是吉祥物设计的一些基本内容，您能再添上几条吗?技能点14如何设计品牌象征性声音品牌营销·品牌定位与设计·设计品牌象征性声音当进行品牌象征性声音设计，要掌握设计内容和设计原则时，查看此技能。

技能描述 品牌象征性声音对于品牌营销可起到画龙点睛的作用，对提高品牌的亲近度和整体形象，减弱品牌的商业性等都将起到很大的作用。

为了美化和提高品牌的形象和地位，企业有必要进行品牌象征性声音的设计。

.....

## <<如何进行品牌营销>>

### 媒体关注与评论

序 中国企业面临的难题之一是管理问题。

管理之所以成为一门学问，因为它是科学与艺术的统一。

科学的内容就带有一定程度的规律性，总体上比较清晰和明了，是可以由管理学类的书刊来梳理、记载和表现的。

而艺术的东西则更多来自于实践，只有在实践中才能体味、才能得到培养和检验。

所以，理解和掌握企业管理的精髓，就不能仅仅停留在书本上，而必须与实践相结合方有可能。

也正是在这个前提下，我们才能正确理解和看待管理学类书籍的作用。

那些记载在书中的道理，应该说有很多内容是经过实践检验、在实践基础上总结和提炼出来的。这样的管理学书，读者读了应该有所启发，也仅仅是启发，假如直接拿它来指导处理具体事情，则未必能行的通。

非得真正办过企业、做过实际管理工作的人，才能真正体会管理理论的精当与奥妙，并用这些理论来指导自己的企业管理实践。

其实，就我个人的体会，做企业的管理有些像做中餐。

两者相似之处在于，对艺术性有相当高的要求。

名厨与庸厨的区别，就在“分寸”二字上。

若想找准火候的关键点，主要凭经验的积累来获得，而非菜谱上所标明的“几分钟到几成熟”那么简单。

仅一个“酌量加盐少许”就能从根本上改变一道菜的口味与滋味，但是若想将这个“酌量少许”的程度拿捏准确，非得相当的灶前实践不能养成。

企业管理的规律与这其中的道理有相似之处。

其实，MBA教育中对管理理论的学习也是如此，只有那些做过企业、有过企业管理实践的学员，才能从MBA的管理教育中汲取到直接的营养，那些没有企业运作经验的人学习管理理论多少觉得隔着一层，不可能马上弄得很明白。

此外，即便是拥有企业管理实践经验的人，在阅读管理类书籍的时候也要善于汲取。

好的管理类书刊能够对管理实践经验进行精炼的、全面而系统的提升，能够表现和捕捉到管理理论中带有一般性的、精髓性的东西。

条目式的问答手册在阅读的时候有两点要注意。

不同类型的企业面临的管理问题会有很大差异，这种差异在具体业务模式方面体现的尤为明显，另外一方面，任何一个企业都是一个组织系统，企业的管理问题也必须依靠整体的系统设计来解决。

因此，对于企业管理实践一线的经理人，只有勤于实践，善于学习，才能准确把握企业管理的精髓，进而实现自身职业化素质的提升。

2003年12月

## <<如何进行品牌营销>>

### 编辑推荐

中国企业面临的难题之一是管理问题。  
作为科学与艺术的统一，管理科学受到越来越多的企业的重视。  
尤其是随着全球经济一体化的加快，我们的企业面临更大的挑战。  
面对挑战，您想使您的产品营销更加合理科学，在竞争中获得更大的优势吗？  
那么您必须阅读此书，本书由著名学者编写，有助于企业销售业绩的提升，有助于企业的腾飞发展！

<<如何进行品牌营销>>

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>