

<<让老虎飞起来>>

图书基本信息

书名：<<让老虎飞起来>>

13位ISBN编号：9787305053047

10位ISBN编号：730505304X

出版时间：2008-1

出版时间：江苏南京大学

作者：朱玉童

页数：236

字数：273000

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>

<<让老虎飞起来>>

内容概要

这是中国企业品牌营销理论的一部力作，它深刻地解读了中国企业品牌运营的困惑，并以新颖的视角启发企业重新思考，极大地推动了中国营销发展的新进程。

它促使我们不得不认真思考，品牌战略是企业发展的关键环节，必须成为企业经营的重中之重。

本书是一本深谙国情、充满新时代气息、具有作者精辟独创思想的品牌战略专著，它向我们阐述了在新的营销环境下，如何运用新的营销手段来塑造品牌。

书中所提出的新鲜营销理念，可以帮助企业认识到，在品牌不同的生命周期，应该有不同的操作策略。

该书不仅适合于品牌管理者，对于企业领导人来说也大有裨益。

<<让老虎飞起来>>

作者简介

朱玉童：现任采纳品，牌营销顾问机构（深圳/上海/北京）总经理，2000、2001、2005、2006、2007年五次荣获中国十大营销专家，中国策划界十大风云人物。
清华大学EMBA班核心讲师、中山大学EMBA总裁班讲师。

发表专业文章近百篇、数十万字，举办大型专场报告会数百场，与人

<<让老虎飞起来>>

书籍目录

第一章 颠覆，要的就是颠覆第二章 活化，让你的品牌活起来第三章 升级，让品牌焕发生机第四章 重塑，品牌青春变脸术第五章 缝隙，创出一片空白市场第六章 角色，让你的顾客和品牌成为同类第七章 时尚，你的品牌跟得上流行的脚步吗第八章 营销也娱乐第九章 借势，把营销搞大

<<让老虎飞起来>>

章节摘录

第一章 颠覆，要的就是颠覆 什么是颠覆 颠覆就是打破规则，就是离经叛道，就是反抗固守，就是拒绝平凡。

颠覆就是打破所有界限，是奇想的另类，是新潮流的推动者，玩味观念、勇于尝试。

颠覆带来的是一种重生。

越颠覆越美丽，倾注着偏执与慑心动魄的唯美，在反抗背后有着更具想象力的美学理想与追求。

品牌颠覆改变传统品牌的做法，是对传统品牌塑造的全面解构。

品牌颠覆从另外的角度寻找突破点，让消费者获得全新的认知，打破行业领域内各产品、各品牌现有的认知消费结构，创造全新的品牌体验。

品牌颠覆创造全新的市场空间，寻找属于自己的“蓝海”，跳出与竞争对手厮杀的“红海”。

品牌颠覆承载着以弱对强、以无名对有名、以草根对大腕的使命，成为行业领域全新的品牌，以确立自身的角色。

中国市场是一个不成熟但快速发展的市场，在这个市场上，很多行业存在裂变式，爆发式、跳跃式发展的机遇，很多行业都是品牌的处女地。

在此条件下，虽然企业可以靠口碑、服务建立品牌的美誉度、信誉度慢慢地发展、积累，但会错失很多良机。

当你慢慢积累时，别人已经开始了跳跃式发展。

中国市场许多行业尚未有绝对行的优势，在这种情况下，快速打破常规，利用颠覆式营销的手段建立新品类、开发新市场、培育新品牌便显得尤为重要。

国际品牌已经在中国市场形成初步的竞争壁垒 中国市场的竞争现在已经逐渐发展为国际化竞争，在很多行业都有国际性品牌占据着行业的领导地位，高高筑起了新型企业进入此行业的壁垒。即使某个行业有本土品牌占据领导地位，也是由于其拥有独特的资源和强势的地位，除非它犯严重的错误，否则后进入者想用传统的营销方法，挑战领导品牌在这个行业中的地位将极为困难。

后进品牌要想顺利进入市场，必须采用非传统幽的营销方式独辟蹊径，才能冲破堡垒。

对标杆企业研究在中国一定行得通吗 中国企业的成功借鉴了国外许多标杆企业的经营模式与发展战略，但是，完全依靠对国外标杆企业的研究，然后在本企业复制却并非行得通。

麦肯锡专注标杆企业研究，为中国企业提供了发展方向。

海尔成功了，大批效仿者纷纷复制海尔，最后成功的企业只在少数。

事实证明，企业的成功不是走标杆企业的老路，而是根据企业自身的实际情况。

也许，标杆和规则是不少大企业设计的陷阱，根据市场环境等多方面因素来规划设计的。

从根本上讲，在中国市场上颠覆营销更多是新品牌或者后进品牌挑战领先品牌的一种突破性的方法。

但对于领导品牌而言，要想持续巩固领导地位不被后进品牌颠覆，盲目简单防守肯定会出问题。

因此，在很多竞争激烈的行业里，行业领先品牌必须采取反颠覆策略，甚至为满足消费者新的需求以及跨越到新品类的现实需要，采取自我颠覆的方法，因为颠覆的本质就是改变旧有格局。

在中国市场经济发展的十年之后以及最近几年中，可以发现，在世界范围内当然包括中国的很多企业都渴望着颠覆，他们热心于发掘一种产品和一个行业深藏的本质，并通过最具颠覆的方式向公众展示出来，以最创新的方式潜入商业策略之中。

因此，只有当我们确信已经明白了，在中国这样一个蓬勃发展的市场上客户的真正需要后，才能真正开始创意，开始用颠覆的方法思考。

在中国，很多20世纪80年代末甚至90年代初兴起的公司都已经销声匿迹了，无疑他们都是坚持传统、墨守陈规的公司，而得以生存的公司都是强调变革的公司，甚至对于一些新的公司来说，颠覆式营销的思考方式可能挽救了他们中绝大多数的生命。

<<让老虎飞起来>>

编辑推荐

改变成就梦想，思想驱动进步，系统管理带来强大，实战让客户放心，拼业绩，更要拼想象力。

品牌营销专家朱玉童先生向我们阐述了在新的营销环境下，如何运用新的营销手段来塑造品牌，新鲜营销理论体系的提出是建立在朱玉童先生以及他领导的采纳公司通过贴近市场实战得出的结果，这一点对企业的品牌塑造以及提升销量影响颇大。

本书关于如何活化品牌，对品牌进行保鲜的内容尤其具有启发性。

《让老虎飞起来》不仅适合于品牌管理者，对于企业领导人来说也大有裨益。

——《销售与市场》杂志社社长李颖生 《让老虎飞起来》是一本深谙国情、充满新时代气息、具有作者精辟独创思想的品牌战略专著，她的出版发行将对创建中国的强势大品牌具有深远的意义。

——燕京啤酒（浙江仙都）有限公司总经理朱仕华 这是中国企业品牌营销理论的一部力作，它深刻地解读了中国企业品牌运营的困惑，并以新颖的视角启发企业重新思考，极大地推动了中国营销发展的新进程。

它促使我们不得不认真思考，品牌战略是企业发展的关键环节，必须成为企业经营的重中之重。

该书所提出的新鲜营销理念，帮助企业认识到，在品牌不同的生命周期，应该有不同的操作策略，品牌营销需要创新，需要不断提升。

——《糖烟酒周刊》杂志社总编社建明 认识采纳，采纳品牌营销顾问公司12年创造数项记录，中国第一家在美国上市的品牌咨询公司采纳品牌营销顾问公司12年创造数项记录，中国第一家在美国上市的品牌营销咨询公司，1995年中国第一家以全程品牌营销顾问为重要服务公司，中国策划业连续7届荣获创作实力50强的公司，总经理朱玉童5次被评为中国十大营销策划专家、杰出品牌专家。

荣获国内外营销广告类大奖过百个，12年平面设计作品（包装、终端、广告）上万个，拍摄影视广告片超过200条，品牌咨询全案近百个，服务中国驰名商标企业30多个，世界500强企业5个，帮助客户创造销售业绩超百亿。

目前拥有专业顾问近200人，是公认的颇具实力的公司。

采纳品牌营销咨询服务，提升您的品牌与销量。

市场调研、营销诊断、品牌规划与传播—新品上市、招商策划、渠道规划、营销管理体系构建、平面设计、影视广告摄制、营销培训、实战指导。

<<让老虎飞起来>>

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>