

<<智赢-蓝之象的品牌营销方式>>

图书基本信息

书名：<<智赢-蓝之象的品牌营销方式>>

13位ISBN编号：9787501174812

10位ISBN编号：7501174814

出版时间：2006-5

出版时间：新华

作者：聂继军

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>

<<智赢-蓝之象的品牌营销方式>>

内容概要

蓝之象观点 品牌营销就是在产品同质化的时代，创造出市场差异，区别在于其他，为企业赢得高效价值。

如果产品包装中是漂亮，不能传达有效资讯，帮助销售，那一定是败笔，好设计自己会说话。

好的创意能够高效赢昨消费者，促使消费乾产生购买欲望。

不懂得营销策略的创意一定会给产品的销售带来麻烦，加大成本。

独具个性化，差异化的品牌形象能够帮助企业低成本提升品牌价值。

营销企划是为决策者提供具有创造性的有效方案，切实可行地解决问题，达到所设定的目标。

<<智赢-蓝之象的品牌营销方式>>

书籍目录

好汉老聂 一个本土企划公司的长轨迹 遭遇蓝之象 谁是企业竞争的“核心武器”？
创建品牌从中小企业诞生 品牌形象驱动营销力 保健品应运离恶俗炒作 营销调研——擦亮
企业的“眼睛” 康联电子——鸣惊人 国安“变脸” 为成功做好准备
美家展翅高飞 网通宽带、新春抢滩 为金运挖一桶真金 为国、为家、为民——国卫酒 撼动
不可能——“田园牧歌·乐吒吒” 口碑塑造

<<智赢-蓝之象的品牌营销方式>>

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>