

<<迪斯尼营销>>

图书基本信息

书名：<<迪斯尼营销>>

13位ISBN编号：9787501756803

10位ISBN编号：7501756805

出版时间：2003-2

出版时间：中国经济出版社

作者：彭程等编

页数：293

字数：159000

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>

<<迪斯尼营销>>

内容概要

美国迪斯尼公司是艺术产业化、大众化的先驱，销售娱乐的典范。

凭借着唐老鸭和米老鼠的幽默趣事，迪斯尼把欢乐带进了千家万户，在全球树立了迪斯尼娱乐帝国的品牌形象。

迪斯尼不断推出新产品，满足消费者的潜在需求。

除了卡通动画，还向电视、主题公园、出版等全方位的家庭娱乐组合发展，在营销娱乐的同时，赚得了丰厚的利润。

迪斯尼重视员工培训，引入5P的营销理念，强调首先是企业对员工的“内部营销”，营销员工对消费者的积极态度，然后才是企业对消费者的“外部营销”。

总之，你将领略到迪斯尼娱乐帝国成功营销的魅力所在。

本书是《强势百年营销丛书》的一本，本套丛书有《迪斯尼营销：销售快乐的成功法则》、《花旗营销：银行营销新时代》、《可口可乐营销：授权生产策略》、《麦当劳营销：特许经营制胜全球》、《马狮营销：关系营销成功典范》、《耐克营销：中间商品品牌策略》、《索尼营销：重塑“日本造”的品牌形象》、《微软营销：以“软”胜天下》和《亚马逊营销：挑战传统网络营销典范》。

<<迪斯尼营销>>

书籍目录

引言

第一章 销售欢乐——深入挖掘消费者潜在需求

第一节 消费者对娱乐的心理需求

第二节 因需求面定位产品

第二章 品牌营销——打造娱乐品牌

第一节 设计完美的品牌外部形象

第二节 独特的品牌文化

第三节 注重细节保证品牌高质量

案例1：精益求精的产品

1. 全员高质量信念

2. 向顾客传递质量信息

3. 顾客质量信息反馈

案例2：换一种思考

第四节 品牌产品市场推广

案例3：借鸡生蛋法

案例4：世界大奖——品牌战略的胜利

第五节 一以贯之 品牌保障

第三章 变则通，通则久——创新与品牌延伸

第一节 产品全方位拓展

1. 迪斯尼影片

2. 迪斯尼乐园

案例5：乐园由来

3. 迪斯尼世界

4. 跨国经营

第二节 渠道创新

1. 品牌扩展渠道：特许经营

2. 产品分销渠道：连锁经营

第三节 技术更新

1. 科技造巅峰

案例6：科技新卡通

2. 正视新鲜

案例7：有声电影

3. 科技与风险、效益并轨

案例8：风险的考验

第四章 系列营销——策略创新

第一节 价格营销——迪斯尼的价格策略

1. 新产品价格定位

2. 产品价格组合定位

3. 产品价格弹性定位

第二节 整合营销传播

案例9：广告艺术

1. 传统媒体

案例10：重视媒体

2. 新的电子媒体——网络

3. 利用名人名事作广告

<<迪斯尼营销>>

案例11：亲自造势

第三节 服务营销——顾客就是上帝

1. 善待顾客
2. 与顾客合作
3. 全为顾客

案例12：心灵沟通

案例13：顾客的事就是我们的事

4. 随顾客而变
5. 扩大客源

第五章 成功的营销管理

第一节 精心管理，成功合作

1. 迪斯尼的管理艺术

案例14：高明策划

2. 合作与创新

案例15：寻求最佳拍档

3. 不败的商业战略——合作

案例16：失败卢垃圾

案例17：大玩家牵手小玩家

第二节 出色的产品管理方式

1. 独特的创作程序

案例18：演示会的威力

2.

管理中的自由

3. 忽略等级制度

4. 价值链型管理

第三节 有创意的管理者

案例19：从平凡到不平凡

1.

明确方向坚持到底

2. 充满活力的思想意识

案例20：“一意孤行”的艾斯纳

第六章 营销人力资源整合——用人之道

第一节 提高素质，注意培训

1. 真正的精彩必须培训到位

案例21：培训理念

2. 提高员工的敬业精神

案例22：超级提醒人

3. 卓越是最终目标

4. 管理少一点理解多一点

第二节 团结高效的集体

1. 高效的团队是一张王牌

案例23：别的行业教训

案例24：梦想天地人人平等

2. 成功团队合作的几个要素

案例25：开诚布公的沟通

第三节 激发员工灵感

1. 让员工说话

<<迪斯尼营销>>

案例26：寻找萤火虫
2. 开发员工的创造力
结束语

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>