

图书基本信息

书名：<<伊利与蒙牛-中国两大乳业巨头的快速成长与营销策略>>

13位ISBN编号：9787501777747

10位ISBN编号：7501777748

出版时间：2007-1

出版时间：中国经济出版社

作者：陈炳岐

页数：242

字数：204000

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>

内容概要

蒙牛与伊力都是乳界“大鳄”，两家企业凭借着自己独有的资源实力和品牌实力奠定了中国“两强争霸”的乳品市场格局。

它们不仅走出了草原，走向全中国甚至还将走向世界。

本书分别从品牌建设、营销策略、产品结构、品质管理、经销商管理等方面对两家巨头企业进行深入的对比、分析，揭秘了这两家乳业巨头成功的奥秘。

书籍目录

第一章 蒙牛速度与伊利领跑 蒙牛 蒙牛速度 后来者居上 争做“世界牛” 伊利 乳业强势品牌 誓做长青企业 瞄准世界乳业第二章 品牌典范与品牌大厦 蒙牛 借伊利之“势” 塑造品牌差异 争抢“注意力” 伊利 以技术做基石 以质量做保证 以研发树形象 以推广做动力第三章 大造声势与低调借力 蒙牛 以广告助推 捐北京奥运 进央视做“标王” 与“神五”齐飞 伊利 选择公交广告 侧重电视广告 提升公益形象第四章 娱乐借势与体育营销 蒙牛 演绎“超女”秀 联盟迪士尼 携手央视 伊利 赞助奥运 策划冠军代言 开展品牌推广第五章 产品矩阵与加长产品线 蒙牛 建设产品矩阵 引入LABS 进攻奶粉市场第六章 人品塑造产品与品质真英雄第七章 经营人心与最佳企业公民第八章 以德服人与“四以”总则第九章 国际化标准与制度第一第十章 独立渠道与经销商配送化第十一章 草原牛精神与伊利风格参考文献

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>