

<<我经营我>>

图书基本信息

书名：<<我经营我>>

13位ISBN编号：9787507823349

10位ISBN编号：7507823342

出版时间：2004-1

出版时间：中国国际广播出版社

作者：王肖麟

页数：232

字数：97000

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>

<<我经营我>>

内容概要

“品牌”使无数企业傲视群雄，“品牌”也能使每一个你出类拔萃——这是《我经营我——人生品牌策略》独家透露给你的人生秘密。

精炼之辞，横跨物的品牌与人的品牌，兼具经典言论与时尚内容，融会理论阐述与现实个案，图文穿插，相映成趣，于“对品牌感兴趣的人”及“对做人感兴趣的人”，皆大有裨益。

<<我经营我>>

作者简介

匡奕荣，一个将品牌思想动用于人生课题的人。

投身传播业10年，为“品牌”支招无数。

学于北京广播学院广告系，行于广东省广告有限公司，品牌传播策划总监。

以品牌传播技术服务电讯业、日化业、金融业、医药业、电器业、汽车业、食品业之领先品牌，观点及个案精粹屡见于

<<我经营我>>

书籍目录

导言 壹 品牌的狂欢 从传播的角度来讨论，公众人物原来已经在动用纯熟的商业品牌传播手段来塑造、维护自己的个人形象，这个人人形象裨上就是我们天天挂在嘴上、写在纸上的“品牌形象”。

推而广之，人民间的所有人都是自有品牌的拥有者、设计者、创造者。

当我们描写一个人的基本特征的时候，只需列一份关于他的“品牌清单”，便能大概把握清楚。

将其衣、食、住、行等各方面所需涉及的品牌罗列下来，关于他的个性、他的品位、他的消费观和消费力、他的社会地位等情况，一般都能了然于心。

贰 资产寓于无形 作为具有识别意义的一种符号、一种象征、一种地位、一种内在，品牌的价值不但体现在物质意义上，还体现在心理意义上。

建塑品牌的终极目的不是为了消费、利润，而是为了攫取目标群的感情、忠诚、心灵。

叁 我经营我 肆 他山之石可以攻玉 伍 人生品牌“三位一体” 陆 我是谁 柒 闻其名知其人 捌 品牌的自觉 玖 人的品牌也需VI 拾 你有卖点吗 拾壹 传播始于一言一行 拾贰 “度”量品牌 拾叁 “自我”“他我”两相宜 拾肆 击中需求 拾伍 承诺是最好的表白 拾陆 让事半功倍 拾柒 品牌资产的权与利 拾捌 “一品”人生 “二品”人生 拾玖 为了爱释放品牌的所有价值 贰拾 塑造人物就是塑造品牌 后记 人生品牌策划，从我做起，从现在做起.....

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>