

<<雇主品牌>>

图书基本信息

书名：<<雇主品牌>>

13位ISBN编号：9787508045696

10位ISBN编号：7508045696

出版时间：2008-5

出版时间：华夏出版社

作者：（美）萨廷，（美）舒曼 著，邱绪萍 译

页数：253

译者：邱绪萍

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>

<<雇主品牌>>

内容概要

本书两位作者利比·萨廷和马克·舒曼都是资深的品牌专家，拥有丰富的品牌经验。根据长期的实践以及当今商业世界发生的巨大变化，两位作者详细描述了西南航空公司和雅虎公司成功的秘密武器——从企业内部建立雇主品牌。

如今，雇主品牌已经成为了战略性人力资源思维的前沿领域，如何吸引、招募并留住员工全身心投入是众多企业十分关心的问题。

但是，由于这一问题的复杂性，传统的办法已经无力解决这一问题，而《雇主品牌》这本书的出版无疑为这一领域注入了新的思维，为这些问题提供了“答案”，因为该书提供了众多极具说服力的案例，并且很有条理地详细列出了利用内部雇主品牌从情感上将员工与雇主联系在一起所需的必要步骤。

<<雇主品牌>>

书籍目录

序言 第一部分 活跃起来 第1章 要素1：发现 第2章 要素2：承诺 第二部分 做好准备 第3章 要素3：诊断 第4章 要素4：做好准备 第三部分 付诸行动 第5章 要素5：建立 第6章 要素6：应用 第7章 要素7：市场 第8章 要素8：培育 第四部分 意义 第9章 你与雇主品牌 关于作者致谢 译后记 注解 索引

<<雇主品牌>>

章节摘录

第1章 要素1：发现 8. 优秀的品牌能够经得住时间的考验 品牌的力量并不仅仅是短期的

。优秀品牌的力量能够长时间持续。

不管潮流如何改变，经济如何起起落落，优秀的品牌都能够生存下来。

优秀的品牌表达了不会随时代的变迁而改变的核心部分，这一核心部分甚至不会随产品或者服务的改变而改变。

伟大品牌的立足点是价值观，而不仅仅是现有的产品或者服务。

这样的品牌很多，如可口可乐、百事（Pepsi）、通用电气（General Electric）以及富国银行（Wells Fargo）。

优秀的品牌成为（并且持续）你所需要东西的要素，其实现方式不仅是通过产品和服务，还通过价值体系。

如果没有星巴克（Starbucks）咖啡，你会怎么办？

没有舒洁（Kleex）呢？

没有通用电气的灯泡怎么办？

没有高露洁（Colgate）你又会怎么办？

高露洁的品牌宣言就是“提供能够让全球消费者和他们深爱的人生活得更好的产品”。

这些品牌相互关联，原因不仅仅在于它们的行为，而且还在于企业理念和它们所代表的体验。

要想经得住时间的考验，品牌就必须代表点什么。

对大多数品牌而言，品牌所代表的不仅仅是提高销售额。

品牌能够让你看到企业最核心部分茁壮成长的東西，让你认识到为什么它必须存在，为什么顾客情感上的投资能够、影响其成败。

正是因为这个原因，品牌往往积极致力于一些大的理念，如辉瑞制药公司（Pfizer）“改善全世界消费者的生活质量，帮助他们过上更加健康、更加丰富的生活，并延长他们的寿命”的承诺。

再如箭牌口香糖（Wrigley）的宣言，说他们生产的口香糖“在长达100多年的时间里，一直都是人们日常生活中令人精神振奋的一部分”。

.....

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>