

<<以贝克汉姆之名>>

图书基本信息

书名：<<以贝克汉姆之名>>

13位ISBN编号：9787508603971

10位ISBN编号：7508603974

出版时间：2005-7

出版时间：中信出版社

作者：安迪·米利根

页数：281

字数：130000

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>

<<以贝克汉姆之名>>

内容概要

贝克汉姆以精湛的法脚，判决着球门的生死，他一个也不宽恕，“圆月弯刀”的寒光闪过，没有球门能够幸免。

小贝，这个品牌符号正在各大洲肆无忌惮地传播，他不是绿茵场上最神奇的“角斗士”，也不是这个星球最英俊的男士，可当帅气与足球这个世界上最性感的运动相遇，小贝这个品种的威慑力不可抵挡：莫希干头，这个已经被打入博物馆的发型却被全球各地的新新人类竞相模仿，只因小贝率先使用了这样的复古发型；全世界的球迷比医学院的学生还了解趾骨所处的位置，只因他们的偶像小贝前两天跖骨骨折……本书向你展露的是，在各种各样的市场营销手段、瞬息万变的流行时尚和让你无从躲避的媒体们所铺设的天罗地网面前，万人迷小贝是如此从容不迫、气定神闲，如同在球场上一般闲庭信步、游刃有余。

对于那些熟谙品种概念的人而言，本书为他们提供了关于品牌塑造的一种全机关报的真知灼见；对于那些透彻了解足球运动的人而言，本书将向你们展示足球场外的贝克汉姆的另一个侧面；对于我们所有人而言，本书都是一段关于个人奋斗与获取成功的精彩故事。

<<以贝克汉姆之名>>

作者简介

安迪·米利根，国际品牌公司（Interbrand）知名品牌顾问，该公司新加坡办公司常务董事。

任职国际品牌公司期间，安迪参与了众多的品牌发展策划项目，如美国爵士公司（Jacuzzi Corp）、伦敦地铁（London Underground）、梅塞德斯-奔驰（Mercedes-Benz）、联合利华（U

<<以贝克汉姆之名>>

书籍目录

致谢前言导言热身运动第一章 贝克汉姆品牌的核心产品第二章 什么是品牌，什么是名人品牌第三章 贝克汉姆品牌的界定第四章 贝克汉姆品牌的识别系统第五章 贝克汉姆品牌的塑造行动第六章 贝克汉姆品种的商业化第七章 贝克汉姆品种的品种合作第八章 贝克汉姆品牌的保护措施第九章 贝克汉姆品牌的未来之路全球决胜

<<以贝克汉姆之名>>

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>