

<<情感化的品牌>>

图书基本信息

书名：<<情感化的品牌>>

13位ISBN编号：9787532270804

10位ISBN编号：7532270807

出版时间：2011-1-1

出版时间：上海人民美术出版社

作者：[美]Mark Gobe马格·戈拜

页数：335

译者：王毅 王梦译

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>

<<情感化的品牌>>

内容概要

受众目标瞄准婴儿潮那代、X代、Y代，以及excel代；怎样向同性恋和其他亚文化群体销售；女性作为购买者正在扩大的作用；在人们将注意力由电视转向笔记本电脑和手机的背景下，广告的新作用；社会媒介对公司文化的影响。

评论家们盛赞《情感化的品牌》是品牌创建上的突破性创新思路。在本书中，设计被视为新媒介，网络被视为人们的分享信息和沟通之地，而人则是任何品牌创建战略中最关键的因素。

<<情感化的品牌>>

作者简介

馬克·葛伯 (Marc Gobe)

是世界前十大品牌行銷公司Desgrippes Gobe (現為Brandimage) 的合夥創辦人與前執行長。

現任於Emotional Branding, LLC, 這是一間位於紐約的實驗性智庫兼顧問公司, 以創建網路經驗為首要宗旨。

身為Leading Speakers Bureau的特約講師, 馬克·葛伯曾多次在經貿相關研討會中授課, 包括替The Conference Board、Global Shop與AIGA教授行銷、創意與設計等課程。

他也擔任各個頂尖大學的客座講師, 包括哥倫比亞大學、美國FIT設計學院、巴魯克學院、波士頓大學、俄亥俄州立大學、INSEAD巴塞隆納分校與法國ESSEC大學等。

除此之外, 馬克更受邀至各大企業與其高階主管分享他的Emotional Branding理論, 包括Danone、Universal McCann、可口可樂、摩托羅拉、雅詩蘭黛、寶橋、通用汽車、寶獅、AOL、三星集團、JP Morgan、Merck、CBC Canada等企業。

他亦著有《Brandjam》和《Citizen Brand》等書 (皆由Allworth Press出版) 。

吳孟穎 (Sarah Wu)

從小隨父母旅居海外多年, 文藻外語學院法文科、台灣科技大學應用外語系畢, 曾任職於行政院新聞局編譯處第二科, 現為專職口譯 / 筆譯員。

譯作有《死亡證據》(春天出版社)、《2012: 馬雅末日預言》、《再看一眼》(凱特文化) 等書。

<<情感化的品牌>>

书籍目录

- 序言(由可口可乐公司前营销总监瑟吉欧·齐曼撰写)
- 前言
- 致谢
- 简介：情感化的品牌创建：21世纪的成功推动力
- 第一部分：关系——顾客，顾客，还是顾客!
- 简介 21世纪已经到来，你知道你的顾客是谁吗?
- 第1章 代沟：瞄准新的情感标准
- 第2章 断裂在警告：炽热的美国大熔炉!
- 第3章 女性：新的消费主体
- 第4章 同性恋消费群体：诚恳待之
- 第二部分：感官体验——品牌推广的新领域
- 简介 感官战略
- 第5章 音响效应
- 第6章 色彩催眠 / 象征意味
- 第7章 味觉的挑逗
- 第8章 触觉的作用
- 第9章 气味的诱惑
- 结语 抚慰感官：宁静平和
- 第三部分：想象——创新是品牌最好的朋友!
- 简介 跳出来思考
- 第10章 感性设计：新的品牌推广武器
- 第11章 情感身份：难以忘怀的品牌标识
- 第12章 热情零售：未来的美妙店铺
- 第13章 品牌呈现：新鲜思路
- 第14章 诱人包装：第二商品
- 第15章 动心广告：在网络上表达真实情感
- 第四部分：视野——创新的灵感：怎样到达彼岸
- 简介 网络世界中的活动
- 第16章 网络上的情感化品牌创建：从社会媒介走向社会性品牌
- 第17章 情感化品牌创建的策略
- 第18章 新千年的新趋势
- 结语

<<情感化的品牌>>

编辑推荐

《情感化的品牌：揭开品牌推广的秘密》围绕着消费者民主这个前沿概念而带来的互动，融入了新的开阔思考。

马格·戈拜阐释了社会媒介怎样帮助巴拉克·奥巴马入主白宫，Twitter的创意怎样改变着我们的文明，为什么新一代在重新塑造着企业、商业和经营——靠着网络的杠杆，这些已经不再是我们所知道的那样了。

评论家们盛赞《情感化的品牌》是品牌创建上的突破性创新思路。

在《情感化的品牌：揭开品牌推广的秘密》中，设计被视为新媒介.网络被视为人们的分享信息和沟通之地，而人则是任何品牌创建战略中最关键的因素。

马格·戈拜是“设计捕捉”（现在为“品牌形象”）的创建人之一和前任首席执行官，这家公司为全世界前十名品牌创建公司之一。

<<情感化的品牌>>

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>