

<<互联网品牌策略>>

图书基本信息

书名：<<互联网品牌策略>>

13位ISBN编号：9787543914353

10位ISBN编号：7543914352

出版时间：2001-01-01

出版时间：上海科学技术文献出版社

作者：马丁·林兹乔姆 蒂姆·弗兰克·安德森 原著 陈贤

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>

<<互联网品牌策略>>

内容概要

网络充满着噪音和混乱。

如果你想要事业成功，就要塑造一个成功的品牌。

我们已经知道Yahoo!的成功。

马丁·林兹乔姆和蒂姆·弗兰克·安德森是建立在线品牌公平原则的先锋。

本书是第一本关于在互联网上建立和维护国际品牌的专著。

在互联网上，一个公司网站在今天竞争的在线环境中，仅满足于生存是不够的。

本书发现了一片用在线营销已创造的新天地，一些跨国品牌形象，包括LEGO（乐高）、M&M's、Ikea（宜家）、Ye

<<互联网品牌策略>>

书籍目录

本书简介

一个收入的新来源

从局部到总体媒体

互联网为品牌构筑新需求

美国和英国百分之八十的商务已经上网

成功的经验

章节概要

开拓新天地 第一章 互联网的历史前景

电子媒体的引进和发展

媒体使世界变小

媒体的利用

互联网汇聚了我们经验中的亮点 第二章 互联网入门

协议、语言标准和程序简介

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>