

<<冠军中的冠军>>

图书基本信息

书名：<<冠军中的冠军>>

13位ISBN编号：9787801079190

10位ISBN编号：7801079191

出版时间：2005-3-1

出版时间：中国方正出版社

作者：张智翔

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>

<<冠军中的冠军>>

内容概要

耐克是全球体育用品市场上毫无疑问的王者！

在美国，与成年人想拥有一辆名牌跑车相呼应，约有高达七成的青少年的梦想便是有一双耐克鞋。

本书生动地讲述了耐克公司的崛起与壮大历程，其中既包括耐克公司在群雄割据的体育用品王国中的拼杀与闪躲，也包括与众明星神话般的成功合作。

此外本书还揭示了耐克公司先进的产品设计理念和高超的营销方式，阐释了耐克独特的企业文化。

书中避开对企业经营理念的纯粹解析，而在解读的同时穿插了耐克发展历程中一个个充满趣味的故事，使高深莫测的企业管理方法变得生动有趣，读之引人入胜，同时不乏启迪。

<<冠军中的冠军>>

书籍目录

目录内容-山东天平法律书店目 录第一章 胜利女神——耐克 耐克：体育产业第一人 “领导者” 耐克创纪录的业绩第二章 耐克公司的创立 平庸运动员的非凡创举 1000美元开始创业 技术创新使耐克崭露头角 颠覆曾经的霸主——阿迪达斯 开创新产业的达斯勒兄弟 错估市场与竞争对手 耐克持续攻击颠覆王者 乔丹的个人魅力 他影响着巨额财富的流向 乔丹拯救了耐克公司 飞人乔丹艰难起飞第三章 强势出击 进军全球市场 突破重围赢得赞誉 改革企业文化 对欧洲情有独钟 入侵阿迪达斯传统版图 媒体广告是引擎 脆弱的品牌 阿迪达斯的反击与耐克的转型第四章 审时度势 成立乔丹公司 要让乔丹成为独立的品牌 为乔丹赢得法庭之争 联手进军高级时装界 杀人足球市场 阿迪达斯的传统领地 耐克又来了 决战日韩世界杯 多元化发展 溜冰鞋市场的新竞争者 吃掉篮球鞋大王匡威第五章 赞助体育的“冠军” 企业和体育的双赢之道 现代体育离不开企业赞助 赞助体育回报惊人 善用体育营销的耐克 一种新的营销模式 耐克旗下的体育明星 对姚明为何迟疑不决 荣耀与耻辱 耐克与运动员荣辱一体 灾难性的耻辱 奥运会大打“擦边球” 附：偷袭营销者常用的10种招数第六章 夹缝中的领导者 领导者的迷茫 处处都有对手 曾经丢掉霸主宝座 耐克失算于锐步 耐克的问题 与分销商的争执 对耐克品牌战略的反思 奋起直追的阿迪达斯 曾经不知道自己的买主是谁 阿迪达斯的反攻策略 耐克如何回应挑战 彪马的选择 一个出色的CEO 重新进行市场细分 将游击营销进行到底 跨界联合倍升品牌影响力 中国对手——李宁 出入意料的对抗 极其微妙的中国市场 李宁立足大众品牌 未来的竞争将很激烈第七章 耐克的成功之道 快速成长的典型 高速度创立名牌 耐克文化的个性 具有战略意义的产品组合 耐克成功的三大战略 模仿阿迪达斯的経営策略 成本领先战略 差异化战略 虚拟经营战略 一种新的经营方式 虚拟经营的一般方法 虚拟经营需要注意的问题 体育市场潜力无穷 体育产品国际贸易活跃第八章 品牌与广告战略 耐克品牌的核心价值 耐克品牌的起伏 耐克回归品牌精神 附：耐克品牌创意十三法则 耐克的广告与广告创意 广告需要注重沟通效果 塑造叛逆的广告形象 独特的广告创意 耐克为乔丹定制的经典广告第九章 耐克广告遭遇 “中国麻烦” 中国“闪客” 状告耐克 “恐惧斗室” 惹怒华人主要参考文献

<<冠军中的冠军>>

媒体关注与评论

书评想打败耐克，惟一的办法就是全面而准确地模仿我们，然后找出不同点来各个击破。

——耐克前总裁 菲尔·奈特 在你一生中，有人总认为你不能干这不能干那。

在你的一生中，有人总说你不够优秀不够强健不够有天赋，他们还说你身高不行体重不行体质不行，不会有所作为。

在你一生中，他们会成千上万次迅速、坚定地说你不行。

除非你自己证明你行。

——耐克广告语

<<冠军中的冠军>>

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>