第一图书网, tushu007.com

<<零度思考>>

图书基本信息

书名：<<零度思考>>

13位ISBN编号：9787801098740

10位ISBN编号：7801098749

出版时间：2004-05

出版时间：中央编译出版社

作者：(日)服部清

页数：196

字数：180000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书介绍的是我从生意人、制造者的实践中总结出的培育品牌手法，揭示出几种主要的胜负手法，作为前言逐步展开。

首先，现今的市场营销大多出于追求眼前利益和市场份额的短期考虑。
在此提醒各公司最好能聪明一些，尽早休战。
过分地考虑圈内的事情，不仅会造成资金和精力的极大浪费，同时也会加大公司负担。
我想强调的是，利用品牌本身的实力，堂堂正正取胜才是正道。

其次，对本公司的商品要有清醒的认识，这是一道难题。
虽然从市场中撤退，这在企业的战略里很难想象，但从策划的角度来说却是重要的经营判断。
应该认真探索一下，品牌商品能够满足所有顾客的需求吗?眷恋旧品牌的情结，会经常束缚企业的手脚。
因此预设此课题以供读者思考。

另外，策划还没有受到足够的重视。
所说的体现企业和商品的“个性”“、相似度”、“氛围”的品牌，实际只是长期形成的印象。
我想对由此产生的“外延与内涵”这种市场营销学术语，阐述一下自己的认识。

同样，在创建品牌方面，广告表现是从视觉印象吸引顾客的主要手段。
其中，如何开发“有效广告”？
以什么样的理念去选择、决定广告？
能否真正起到关乎广告生命的“信息速递”作用？
本书将以自身体验，针对这些深深困扰企业的难题，提出广告策划的评判标准。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

服部清，日本著名的品牌策划专家、广告制作人、评论家。
1936年生于茨城县，早稻田大学毕业，原味之素公司广告部专任部长。

进入味之素公司后，作为广告撰稿人、艺术指导、制片厂，从事广告制作、媒体计划、促销宣传等，1958年，与三得利的井高健等人共同设立

书籍目录

目录 自序 第1招法 布局 第2招法 摸索 第3招法 选择 第4招法 积累 第5招法 开启 第6招法 实施 第7招法 制胜 第8招法 表现 第9招法 稳固 第10招法 秘策 后记

第一图书网, tushu007.com

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