

<<推开微观之窗>>

图书基本信息

书名：<<推开微观之窗>>

13位ISBN编号：9787801805232

10位ISBN编号：7801805232

出版时间：2007-1

出版时间：经济日报

作者：杨有忠

页数：193

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>

<<推开微观之窗>>

内容概要

品牌已经越来越成为现阶段企业、个人乃至一个国家寻求财富保值、增值的引擎。

《推开微观之窗》这本书，用最浅显的语言和最生动的故事，揭示工业设计对企业的推动规则。

并对国内外超级品牌的成败史和成功经验进行了深度挖掘和实战总结。

在书中大家不仅会了解到为什么一个品牌三五年就完了的市场普适规律，同样还会掌握“咸鱼”为什么能翻身的成功规则，更重要的是你可以学会如何将品牌性格巧妙地应用在我们的品牌续航成功的决策行为中。

制造“酷”产品的另类方法取决于你的品牌在市场上的目标，而不是简单地应用。

你能不能借鉴书中一些另类东西，同样取决于你是不是真的热爱自己的品牌。

<<推开微观之窗>>

作者简介

杨有忠，杨有忠曾在全球500强企业之一的中化集团工作17年，担任过产品主管、财务主管、市场主管等职务。

创建想网咨询公司，并为班雅装饰、三寰乳品、渤海奶制品公司、红星集团和南方广告等中小地方企业提供服务。

6年来，深入观察和研究各类企业在不同市场上的成长，尤其是在中国市场上的成败经验。

2005年出版《夺魁——走向成功的引擎》一书，其中“性格感染力”系统工具被誉为网络企业的经典教程，在互联网被广为传播，鼓吹的“产品性格感染力”获得英国格拉摩根大学最新的一份研究报告印证。

<<推开微观之窗>>

书籍目录

序言一、为什么一个品牌三五年就完了? 1 “咸鱼”为什么能翻身之大史记 2 “咸鱼”为什么能翻身之成功记二、被企业忽视的问题 1 学学宠物原则 2 一个瓶口设计引发的故事 3 卖“土豆”的手机商——不适当的设计融合 4 都是卖时尚的，差距为什么这么大——融合点丢了 5 决定胜负的最后关键——设计 6 五米原则——新的市场规则三、推开微观之窗 1 “酷”的代言 2 给酷找一个设计融合点 3 传奇是这样练成的四、打造超级品牌 1 品牌的超级价值是如何实现的? 2 海尔和设计融合的点金指 3 工业发展的魔方五、超越现有的产业竞争 1 星巴克让喝咖啡成为时尚 2 超越现有的产业竞争是如何做到的 3 产业竞争需要银弹 4 设计融合是突破传统产业的捷径六、设计需要融合新元素 1 流行文化的加减 2 把流行文化带给年轻一代 3 设计融合酷色彩、酷载体 4 中国元素的设计融合 5 设计融合中的品位加法 6 设计融合中的品位减法 7 设计融合个人化元素，减少个性化元素七、设计融合和营销 1 设计融合是一张网 2 设计融合结合营销，创造流行文化 3 事件营销打造爱的标签 4 设计融合娱乐营销加减法一 5 设计融合娱乐营销加减法二 6 酷是相似的，但酷品牌的设计融合却千差万别后记

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>