

<<增加值>>

图书基本信息

书名：<<增加值>>

13位ISBN编号：9787802071988

10位ISBN编号：7802071984

出版时间：2005-4

出版时间：经济管理

作者：马克·谢灵顿

页数：228

字数：214000

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>

## <<增加值>>

### 内容概要

本书的观点基于作者所创立的目前世界上最大的营销和品牌咨询机构之一的“增加值”公司的实际经营活动。

品牌增长、需求驱动的增长是一家公司能够获得的最高质量的增长方式，而这需要一种营销炼金术。通过运用“五一”过程——洞察力，思想，创新，影响力和投资回报——和大量的真实案例，作者解释了这种炼金术并阐述了妨碍“五一”过程正常运行的障碍。

这是一种取得巨大成功的独一无二的方法。

## <<增加值>>

### 作者简介

马克·谢灵顿在联合利华公司开始了自己的职业生涯，在那里他运作了很多有名的家用品牌，包括Persil，随后他成了该公司的营销总监和全球产品经理。他于1988年创办了“增加值”公司（Added Value），这是一家领先的市场营销咨询公司，截至2001年该公司雇用了世界上8个国家的400

<<增加值>>

书籍目录

图表目录前言：我可以这样开始  
引言：“五I”  
第一章 洞察力 洞察力的五个来源 1 技术洞察力 2 历史 3 市场 4 趋势 5 符号学 五种研究方法 1 专注 2 使用专家和意见领袖 3 交易和测量器 4 消费者生成器 5 细分或市场地图 怎样识别尤利卡时刻 妨碍洞察力的事物  
第二章 思想 思想和战略 如何“以不同的方式做” 1 定义市场 2 市场地图 3 品牌组合 4 品牌定位 5 品牌延伸和结构 胜利的战略思想 妨碍思想的事物  
第三章 创新 创新过程纵览 1 创新矩阵 2 漏斗和图表 3 思想产生器 4 研究的作用和原型的力量 5 步及轨道并管理团队 赢得创新 妨碍创新的事物  
第四章 影响力 1 提出预算——多少才够？  
2 建立360度的影响力计划 3 插曲式营销 4 提纲和培育创造力 5 内部沟通 妨碍影响力的事物  
第五章 投资回报 1 关键绩效指标 2 品牌健康 3 品牌生命力 4 GAME计划 5 品牌评估 妨碍投资回报的事物  
附录1 破解竞争命题：传统广告研究的符号学方法  
附录2 莱维·施特劳斯：一家处于自我否认中的公司  
附录3 “公牛之眼”品牌法和“贝尔斯纳-厄快尔”的故事  
后记：另一件事情是.....

## <<增加值>>

### 媒体关注与评论

基于他领导世界顶尖营销咨询机构的独特视角，马克·谢灵顿撰写了这本书。不管背景或经验如何，营销人员都将从该书中获得鼓舞和启发。

《增加值》一书是最好的一种商业书籍——富有创新性，论述充分，并且具有操作性。毫无疑问，书中所列的“五一”过程将使你成为一名更优秀、更成功的营销人员。

——Devin Lane Keller教授，达特茅斯大学阿摩斯达克商学院 本书是寻求增长的高层管理者和低层管理者的必读书……在太多的公司里，营销根本不被看做是增长的驱动力量。这是公司和营销部门共同错失的机会。

书中的很多洞察力和知识都曾用在我的公司中，有了马克的帮助，我们取得了巨大的成功和优异的成果。

我希望我的竞争对手不会读到这本书。

——Kerth Weed，Lever Faberge公司董事长

<<增加值>>

#### 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>