

<<可口可乐全攻略>>

图书基本信息

书名：<<可口可乐全攻略>>

13位ISBN编号：9787806976890

10位ISBN编号：7806976892

出版时间：2006-3

出版时间：深圳市海天出版社

作者：杨延

页数：267

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>

## <<可口可乐全攻略>>

### 内容概要

全球饮料行业巨头经营理念最完全攻略。

可口可乐是《财富》世界500强企业,《商业周刊》全球品牌100强首位。

本书以简洁、生动的笔调,全面剖析了可口可乐成长为一个世界级领导品牌的百年历程中的诸多成功因素,包括其出色的品牌管理,产品策略,广告策略、营销模式、分销渠道、终端管理、企业文化、员工管理、与百事可乐的竞争,以及化解危机的技巧和扩张策略,不仅有可口可乐在全球的发展情况,也有对其在中国市场上的出色表现的分析,对于饮料行业的企业领导人、各级管理者和从业人员,以及研究企业管理的学者、学生都是不可多得的学习资料。

本书还大量采用了我们专为培训而设计的幻灯片,直观地展示了可口可乐在上述各个方面的独特内容,生动地讲述了可口可乐从一种在药店出售的提神醒脑的药饮成长为一种全球流行饮料的全部过程,从而使得读者不仅能领略到可口可乐作为饮料业巨头在运营过程中的智慧和知识,也能获得愉快的阅读体验。

具有114年历史的“可口可乐”,是由药剂师彭伯顿在美国乔治亚洲家中后院里用一只断了一半的船桨在一个大铜锅上创制的。

“可口可乐”这个典型的美国饮料,现在已经成为了世界著名品牌,成为美国文化的象征。

它那优美特别的斯宾赛体的草书名称,富有特色的商标图案,在铺天盖地的强大广告宣传攻势推动下,风靡全球,且经久不衰。

品牌管理是可口可乐取得成功的关键所在。

可口可乐公司的主要品牌不但具有明确的定位,而且定位通常会在较长时间内保持一贯性。

可口可乐还非常重视品牌的塑造与保护,并根据区域、文化的不同来管理品牌。

作为一个全球性的超级品牌,“可口可乐”永远是企业最有效的广告,是企业实力的最佳体现。

出色的营销手段是可口可乐百年畅销不衰的秘密之一。

吸引人们眼球的广告和对分销渠道的管理是可口可乐营销手段的集中反映。

可口可乐公司虽然早已是世界第一饮料品牌,但它仍然接二连三地发动广告攻势,去拉拢全世界的消费者。

可口可乐每年在广告上的支出达6亿美元,为的就是使可口可乐的形象深入人心。

本书深层次透析行业巨头全方位解码企业标杆,20世纪全球最流行的三个词之一(上帝,她和可口可乐),世界上普及度仅次于“OK”的一个词语,全球约有98%的人认识可口可乐。

## &lt;&lt;可口可乐全攻略&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 永远的可口可乐一、百年历程二、可乐秘笈三、卓越领导者专题链接 可口可乐大事记第二章 可口可乐的运营策略一、特许经营二、价格策略案例链接 百事可乐价格策略第三章 可口可乐的品牌管理一、品牌定位二、品牌识别三、品牌理念四、多品牌战略五、品牌维护案例链接 百事可乐品牌理念第四章 可口可乐的产品策略一、产品组合策略二、产品质量策略案例链接1 百事可乐的产品组合案例链接2 百事可乐的质量管理第五章 可口可乐的营销模式一、视觉营销二、公关营销三、“忠诚”营销四、体育营销五、联合营销案例链接1 百事可乐的公关营销案例链接2 百事可乐的体育营销专题链接 可口可乐与奥运渊源第六章 可口可乐的分销渠道一、KA渠道二、批发渠道三、101项目四、直营渠道专题链接 分销渠道的策略选择案例链接 百事可乐的分销渠道第七章 可口可乐的终端管理一、多样化促销二、生动化陈列三、区别化管理案例链接1 百事可乐的终端促销案例链接2 百事可乐的生动化陈列第八章 可口可乐的广告策略一、时机广告二、本土广告三、名人广告案例链接 百事可乐的广告策略专题链接 可口可乐广告语摘录第九章 可口可乐的红色文化一、忠诚员工二、人本文化专题链接 如何建设以人为本的企业文化案例链接 百事可乐的蓝色文化第十章 可口可乐的员工管理一、员工招聘二、员工培训三、员工考核四、员工激励案例链接1 百事可乐的员工招聘和培训管理案例链接2 百事可乐的员工考核和薪资体系第十一章 可口可乐Vs百事可乐一、百年恩怨二、进攻期三、相持期四、反攻期五、防御期六、白热化期专题链接 “两乐”奥运营销战第十二章 可口可乐的危机管理一、“新可乐”风波二、“中毒”事件案例链接 百事可乐的质量危机第十三章 可口可乐的全球化扩张战略一、抢占美洲二、开拓欧洲三、扑向亚洲案例链接 百事可乐的跨国经营战略第十四章 可口可乐在中国一、中国历程二、竞争与挑战三、本土化策略案例链接 百事可乐本地化策略参考文献后 记

## &lt;&lt;可口可乐全攻略&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘二、可乐秘笈 一个多世纪以来,可口可乐公司把“可口可乐”的影响推向全世界,它那优美特别的斯宾塞体的草书名称,富有特色的商标图案,以及特制的绿色瓶装,在铺天盖地的强大广告宣传攻势推动下,风靡全球,且经久不衰。

如今,可口可乐已经成为世界顶级软饮料公司,在世界上大约200个国家出售230多种品牌的饮料,包括咖啡、果汁、运动饮料和茶,占据着全球60%的软饮料市场。

可口可乐年销售总额达200多亿美元,雇员5000人。

那么,到底是什么魔力使可口可乐这个百年的老品牌,在世界市场中不断创造着一个又一个的奇迹? 它的成功秘诀是什么呢? 1. 成功的品牌管理 品牌管理是可口可乐取得成功的关键所在。

众所周知,可口可乐实施的是多品牌战略,其主要品牌不但具有明确的定位,而且定位通常会在较长时间内保持一贯性。

如雪碧与音乐,可口可乐与运动,等等。

另外,可口可乐还非常重视品牌的塑造与保护,并根据区域、文化的不同来管理品牌。

可以说,可口可乐品牌价值已经远远地超过了产品本身的价值。

成功的品牌管理提高了企业产品的竞争力,使可口可乐成为饮料界的佼佼者。

可口可乐这个品牌是企业最为宝贵的无形资产,是企业取之不尽用之不竭的财富源泉。

作为一个全球性的超级品牌,可口可乐永远是企业最有效的广告,是企业实力的最佳体现。

2. 质优价廉的产品 一项产品要畅销,就必须具备某种能被人广泛接受的有用的功能。

可口可乐会给人鼻孔有发痒的感觉,不仅能解渴,而且非常好喝。

可口可乐还有一点咖啡因的效果,使有些人认为它能治疗头痛、恶心和胃痛等。

可口可乐的配方全球统一配制,质量严格控制,产品标准化。

可口可乐公司认为,产品的广告形象固然非常重要,但是产品本身才是最重要的因素。

如果产品本身有瑕疵,最终一定会被消费者所抛弃,所以可口可乐公司一贯都非常重视产品的品质管理和质量保证。

另外,每瓶可口可乐的成本极低,生产起来也不困难,因此,可口可乐能够保持较低的售价。

质优价廉正符合可口可乐的基本营销策略,不但要让消费者“买得起”,还要让他们觉得“物超所值”。

所以可口可乐要求销售人员对终端零售价格进行有效的控制,以确保零售价格的稳定、统一、具有竞争力。

3. 出色的营销手段 出色的营销手段是可口可乐百年畅销不衰的秘密之一。

吸引人们眼球的广告和对分销渠道的管理是可口可乐营销手段的集中反映。

(1) 重金投入的广告 广告对于可口可乐的作用可以用可口可乐前CEO伍德罗夫的一句名言来概括:

“可口可乐99.61%是碳酸、糖浆和水。

如果不进行广告宣传,那还有谁会去喝它呢?”这正是可口可乐公司虽然早已是世界第一饮料品牌,但它仍然接二连三地发动广告攻势,去拉拢全世界消费者的原因所在。

可口可乐每年在广告上的支出达6亿美元,为的就是使可口可乐的形象深入人心。

## <<可口可乐全攻略>>

### 编辑推荐

全球饮料行业巨头经营理念最完全攻略。

可口可乐是《财富》世界500强企业，《商业周刊》全球品牌100强首位。

本书以简洁、生动的笔调，全面剖析了可口可乐成长为一个世界级领导品牌的百年历程中的诸多成功因素，包括其出色的品牌管理，产品策略，广告策略、营销模式、分销渠道、终端管理、企业文化、员工管理、与百事可乐的竞争，以及化解危机的技巧和扩张策略，不仅有可口可乐在全球的发展情况，也有对其在中国市场上的出色表现的分析，对于饮料行业的企业领导人、各级管理者和从业人员，以及研究企业管理的学者、学生都是不可多得的学习资料。

本书还大量采用了我们专为培训而设计的幻灯片，直观地展示了可口可乐在上述各个方面的独特内容，生动地讲述了可口可乐从一种在药店出售的提神醒脑的药饮成长为一种全球流行饮料的全部过程，从而使得读者不仅能领略到可口可乐作为饮料业巨头在运营过程中的智慧和知识，也能获得愉快的阅读体验。

<<可口可乐全攻略>>

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>