

<<四步打造卓越品牌>>

图书基本信息

书名：<<四步打造卓越品牌>>

13位ISBN编号：9787806995204

10位ISBN编号：780699520X

出版时间：2005-12

出版时间：哈尔滨出版社

作者：詹姆斯·格雷戈里

页数：194

字数：155000

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>

<<四步打造卓越品牌>>

内容概要

作为在品牌管理实践方面的权威性著作，本书通过12个成功品牌的案例，分析了它们各自的核心品牌力和打造核心品牌力的不同模式，让读者了解卓越品牌是如何打造核心品牌力的。

从12个成功品牌的案例分析来看，打造核心品牌力没有一成不变的模式。

企业应该结合自身的条件，突出自己的优势，从而树立良好的品牌形象和鲜明的品牌个性。

打造品牌，不仅要让顾客记住你的品牌，更重要的是让顾客喜欢你的品牌、忠诚于你的品牌，以你的品牌为荣，与你的品牌结下不解之缘。

核心品牌力公司的创始人和CEO詹姆斯·格雷戈里通过大量的案例研究，首次与大家分享了他对诸如IBM、强生、通用电气等十几家居世界领先地位的、最知名公司的品牌管理的里程碑式的探寻。

这本具有开拓性的书揭示了打造卓越品牌的四大关键步骤，它将帮助企业的CEO和高级管理人员理解本企业的品牌价值所在，明白如何去辨别关系到品牌成败的重要商业机遇、如何从企业品牌传播中最大限度地获益，以及如何赋予品牌以生命并管理好她的成长。

<<四步打造卓越品牌>>

作者简介

詹姆斯·格雷戈里是一家居于全球领先地位的品牌战略与传播公司——核心品牌的创始人与CEO。格雷戈里拥有25年的广告和品牌管理管理经验，被认为是品牌管理领域的国际权威，具有研发创新工具的能力。

他在量化品牌所带来的经济利益方面的开拓性工作，极大地提高了品牌管理的可行性

<<四步打造卓越品牌>>

书籍目录

第一部分 企业品牌和底线 第1章 企业品牌是怎样增值的 第2章 什么是核心品牌力 第3章 企业品牌怎样影响财务业绩 第二部分 打造最佳品牌的四个步骤 第4章 第一步：发掘 第5章 第二步：战略 第6章 第三步：传播 第7章 第四步：管理 第三部分 打造企业品牌的12个成功案例 第8章 成功案例1——美国运通信用卡公司 第9章 成功案例2——美国坎贝尔汤料公司 第10章 成功案例3——哈雷--戴维森摩托 第11章 成功案例4——美国强生 第12章 成功案例5——菲利普·莫里斯烟草公司 第13章 成功案例6——美国家庭人寿保险公司 第14章 成功案例7——梅塔格家庭用品 第15章 成功案例8——信安金融 第16章 成功案例9——世人IBM 第17章 成功案例10——美国通用电气 第18章 成功案例11——美国西南航空 第19章 成功案例12——AIR PRODUCTS 第20章 失败的企业品牌

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>