

图书基本信息

书名：<<品牌之道-品牌建设9S模式及其应用>>

13位ISBN编号：9787810829380

10位ISBN编号：7810829386

出版时间：2007-2

出版时间：北京交大

作者：许喜林

页数：266

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>

内容概要

《中国品牌管理师培训参考教材·品牌之道：品牌建设9S模式及其应用》通过大量翔实的案例，阐述了品牌建设9S过程模式，即品牌调研、品牌诊断、品牌定位、品牌规划、品牌创意、品牌设计、品牌推广、品牌评估、品牌调整等9个环节的完整循环链。

《中国品牌管理师培训参考教材·品牌之道：品牌建设9S模式及其应用》以国外的品牌专家的学说为基础，澄清品牌核心识别（国内又称品牌核心价值）的实质，同时，对企业在品牌建设中的各种问题，提出了解决方案。

《中国品牌管理师培训参考教材·品牌之道：品牌建设9S模式及其应用》作为社会与劳动保障部新职业品牌管理师的参考教材，具有很强的可读性、实用性、启发性，尤其适合目前从事与品牌建设相关的人员借鉴使用。

书籍目录

第一部分 品牌是什么品牌感觉的情绪心理机制第二部分 品牌的重大意义和平时期的国家竞争方式——品牌侵略第三部分 品牌建设的误区中国企业与跨国企业在品牌管理上的六大差距中国品牌管理11大薄弱环节从品牌的本质看中国企业营销困境第四部分 如何创建强势品牌中国品牌为何不强9S模式做强品牌第五部分 品牌调研与诊断如何进行品牌形象研究宝洁：深入消费者生活TCL手机品牌诊断品牌诊断方法第六部分 品牌定位与规划品牌价值定位模式品牌规划系统品牌价值支持活动的审核品牌价值的角色模式产品定位、品牌定位与企业定位品牌的十大定位海王，你的定位在哪里？——海王品牌定位诊断三星——清晰的品牌定位双鹤药业——改变定位赢市场隆力奇明确定位决战在北京如何实施品牌定位稀世宝矿泉水品牌营销策划案例品牌核心价值中国企业品牌核心价值质疑如何挖掘品牌的核心价值消费者对品牌个性认知及其对品牌心理的影响品牌个性品牌个性人格化第七部分 品牌创意与设计金六福：品牌创意之路耐克品牌创意让产品跳起来百年飞翔：解读白沙集团品牌创意设计风格在品牌传播中的作用品牌设计第八部分 品牌推广品牌与创建品牌的任务体验经济时代的企业品牌传播“神方前列欣胶囊”青岛市场品牌推广纪实品牌推广九大死穴要给消费者讲故事大洪水呼唤大支援借助公益活动策划新闻效应首届中国当代名家书画慈善拍卖会全国征稿书画名家献爱心助学老板托盘顾客剪彩毛泽东诗词组歌大型演唱会今晚在大会堂隆重举行公益美：助力创维淡季品牌推广上海通用的品牌传播之道品牌推广的八大攻略第九部分 品牌评估国际品牌评估的方法品牌评估三大关键因素从万宝路看品牌评估打理品牌资产第十部分 品牌调整第十一部分 品牌案例后记

章节摘录

品牌识别 品牌识别是品牌战略者们希望创造和保持的能引起人们对品牌美好印象的联想物。这些联想物暗示着企业成员对消费者的某种承诺。

由于品牌识别被用于推动所有的品牌创建工作，它的内容就必须具有深度和广度，而不只是一句广告口号或一个定位的说明。

认识到这一点，品牌识别的努力方向就是要帮助品牌建立与消费者的关系，这可以通过功能性、情感性或自我表现型利益来表达某种价值取向或为托权品牌提供信用来做到。

与直接提供某种价值取向相比，托权者的角色更重要的是为托权品牌创造信誉。

这里，把品牌识别的12项内容从4个方面进行了归类：作为产品的品牌（产品范围、产品特性、质量/价值、使用体验、用户、原产地）、作为组织的品牌（组织特性、区域性或全球性）、作为人的品牌（品牌个性、品牌/消费者的关系）、作为符号的品牌（视觉形象/标识和品牌历史）。

虽然每项内容都和某些品牌有关，但事实上并非所有的品牌都会反映出所有12项内容。

还要注意到的是，品牌识别的架构包括核心价值、延伸价值和品牌精髓。

一个典型的品牌识别需要6-12个方面的内容才能完整地说明品牌的内涵。

这么多内容显然是过于冗杂了，因此确定核心识别，即品牌识别中最重要的部分，明确中心任务将能起到事半功倍的效果。

核心识别的每个方面都要反映组织的战略思想和价值观念，其中至少要有一个方面造成与其他品牌的差异，能与消费者发生共鸣。

当品牌沿用到新的产品和服务市场时，核心价值是最有可能被保持下来的，如果人们根据核心价值来认可品牌，这场战斗就赢定了。

核心价值不但为消费者也为企业组织提供了注目的焦点，例如美孚（Mobil）意味着领导者、合作人和信任感；土星意味着世界级的汽车，它们像对待朋友一样尊重顾客。

这些核心价值比完整的延伸识别更便于在组织内部和外部进行传播。

延伸价值包括品牌核心以外的所有品牌识别的元素，它们也要进行有意义的分类。

核心价值一般是对品牌的简要凝练的概括，但简洁也会导致内容的模糊，因此延伸价值具体完整的内容就对品牌价值实施大有裨益。

延伸识别里还有一些元素（如品牌个性）常常无法恰当地归入核心识别，但却是非常有价值的，不能忽略。

.....

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>