

<<品牌整合战略>>

图书基本信息

书名：<<品牌整合战略>>

13位ISBN编号：9787810881234

10位ISBN编号：781088123X

出版时间：2003-10-1

出版时间：西南财经大学出版社

作者：F.Joseph Lepla,Lynn M.Parker

译者：苏德华

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>

<<品牌整合战略>>

书籍目录

前言

第1章 公司最强大的武器：品牌

第2章 品牌整合模式：坚实顾客关系的基础

第3章 品牌整合战略的特点

第4章 团体推动机制的建设蓝图

第5章 品牌原则的作用

第6章 其他重要的品牌推动机制：品牌个性和品牌联想

第7章 如何民法示品牌：品牌整合的七个步骤

第8章 建立切实可行的品牌结构

第9章 通过品牌整合增加市场份额

第10章 WRQ的故事：品牌整合的步骤

第11章 如何开辟及保持同一路线

第12章 如何实施品牌规划及品牌测试

.....

附录 团体推动机制与品牌推动机制访谈

插图

图1.1 品牌整合定义

.....

表格

表1.1 20世纪90年代信息技术购买调查：购买渠道调查

.....

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>