

<<名企CEO传奇>>

图书基本信息

书名：<<名企CEO传奇>>

13位ISBN编号：9787811250589

10位ISBN编号：7811250586

出版时间：2009-1

出版时间：何一鸣、魏蕾 中国海洋大学出版社 (2009-01出版)

作者：何一鸣，魏蕾 著

页数：302

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>

<<名企CEO传奇>>

内容概要

《名企CEO传奇》采用英汉双语模式，语言纯正流畅，注释准确翔实。编写《名企CEO传奇》的初衷是希望您在解读CEO们的职业生涯、挖掘智慧之泉的同时，习得关于全球型跨国企业、国际知名品牌及企业管理的一些常识，在受启迪，获得智慧的同时，提高自己的英语水平。

<<名企CEO传奇>>

书籍目录

山姆·沃顿 沃尔玛百货店之王李嘉诚 和记黄埔亚洲首富华特·迪士尼 迪士尼造梦大师比尔·盖茨 微软软件之王菲利普·耐特 耐克制造运动鞋的中跑运动员霍华德·舒尔茨 星巴克星巴克的首席全球战略家雷富礼 宝洁凶猛的宝洁再造者约玛·奥利拉 诺基亚不显山不露水的电信业巨子可口可乐罗伯特·高兹耶达理查德·帕森斯 时代华纳时代华纳的救世主费迪南·皮耶希 大众汽车紧握大众方向盘的人庞约翰 汇丰银行一个没有上过大学的金融奇才杰克·韦尔奇 通用电器世界第一首席执行官盛田昭夫 索尼“日本制造”之父沃伦·巴菲特 伯克希尔·哈撒维世界首富

章节摘录

耐克神话是“上帝所赐”吗？

奈特的回答是：“是的，是‘消费者上帝’。

我们拥有与‘上帝’对话的神奇工具——耐克广告……”奈特认为耐克的长期潜力存在于广告及营销当中。

2003年在“广告界的奥运会”——法国戛纳广告节上，耐克的商业广告在最近5年中两次获得最佳电视广告奖，奈特也因此获得2003年的“年度最佳广告人”大奖，他是迄今为止第一位两次获此殊荣的人。

奈特深谙此道，如何从运动员专用鞋市场拓展出普通消费者的大众市场，如何采用“离经叛道”的广告强化沟通，如何借用偶像崇拜建立品牌忠诚，如何运用动画、电脑游戏贴近青年儿童消费者，如何深入自我心理意识和价值争取到女性消费群。

到目前为止，没有一家公司像耐克那样在名人营销上如此竭尽全力。

奈特认为，用顶尖运动员做代言人，能扩大品牌接触消费者的广度与深度。

现在，耐克每年2亿美元的营销费用，很多都花在著名运动员身上，如篮球巨星迈克尔·乔丹、田径明星斯迪夫·普利方太尼、网坛名将阿加西、篮球场上的“坏男孩”查尔斯·巴克利等迎合了Nike公司的口味而成为其名人招牌。

押宝乔丹就像一个眼光极为精准的“赌徒”，押宝乔丹是一个绝对正确的决策，奈特也因而找到了撬起体育产业帝国的支点，耐克从此“飞”了起来。

在这一成功案例中，奈特表现出的是无与伦比的眼光。

营销专家们在谈到乔丹影响消费者的能力时盛赞他是最佳的人选。

“乔丹能做那些似乎是不可能的事，但是你又看到他的人情味。

”“他身上有一种正直，这是他令人敬慕的东西。

”这些正是奈特所看中的东西。

<<名企CEO传奇>>

编辑推荐

《名企CEO传奇》展现世界500强企业经营之道，揭秘15位顶级CEO传奇人生。

“全球500强企业”的CEO们大都有传奇般的职业生涯。

无论他们走到哪里，都是光芒耀限的明星，都是人们追捧的偶像。

是什么使这些商界大腕脱颖而出，成为翘楚？

王侯将相宁有种乎？

让我们一起走进他们的生活。

或许您会发现，他们能做到的，您同样可以做到！

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>