

<<(6DVD)新产品开发与设计:让新>>

图书基本信息

书名：<<(6DVD)新产品开发与设计:让新产品快速占领市场/王汉武>>

13位ISBN编号：9787888381469

10位ISBN编号：7888381464

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>

<<(6DVD)新产品开发与设计:让新>>

内容概要

统计数据显示，中国有65%的新产品在九个月之内宣布失败，平均损失一百万到五千万之间。
如何最大限度地提高新产品开发的成功率？

如何寻找属于自己的细分市场？

如何精准定位新产品的名称策划方向？

如何塑造新产品的品牌形象.....。

王汉武老师引用亲身策划的新产品品牌创新的成功实践案例，对比行业内的失败案例，让您从中领悟产品研发的真谛，掌握品牌塑造的本领，为企业、为国家新产品的研发提供强劲推动力。

适合对象：企业高层、营销或品牌总监、企划总监及致力于产品研发的相关人员。

书籍目录

第一讲 如何成为细分市场的领导品牌

案例：“酷儿”品牌成功的秘诀

第二讲 怎样提炼品牌传播的差异

案例：“脉动”创新饮料概念全方位的传播

第三讲 如何突出细分市场的重围

案例：“雅客”细分糖果市场

案例：“金嗓子”唱响全国的奥秘

第四讲 新产品研发与市场推广——留心是金

案例：“热干面”市场开发与推广途径

案例：“惠而浦”为什么在中国惨败而归

第五讲 把好新产品规划的生命线

案例：“千麦啤酒”的品牌战略规划

第六讲 精准定位 找到新产品细分市场

案例：“金娃果冻”如何寻找属于自己的细分市场

第七讲 提升企业核心竞争力的品牌

案例：“万宝路”品牌三角关系是怎样建立的

第八讲 如何做好精准市场定位

案例：国内四种牙膏品牌是如何进行市场定位的

第九讲 如何将文化内涵融入品牌

案例：“养士多”品牌视觉形象的奇妙魅力

第十讲 通过名称策划定位新产品

案例：“千麦啤酒”品牌名称的策划流程

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>