

<<文化战略>>

图书基本信息

<<文化战略>>

内容概要

《蓝海战略》之类的当今最具影响力的品牌战略著作认为，创新在于产品功能的突破。然而，作者通过对万宝路、星巴克等数百个品牌案例的分析，以及与相关品牌管理者和消费者的访谈，发现了功能主义创新模式的缺陷，那就是忽略了社会和历史变迁产生的意识形态机遇。作者花费八年的时间，运用“实验”的方法，创立了足以弥补主流创新模式欠缺的“文化战略”理论，并将此理论反复应用于品牌推广实践，成功重塑了多个垂死挣扎的品牌，也成功地让数家新设小企业迅速成长为品牌价值达数亿美元的大企业。在实践的基础上，作者确立了文化创新模式以及适用于文化创新的组织形式。这是一部具有里程碑意义的品牌战略的宝典。

<<文化战略>>

作者简介

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>