

<<把品牌做大>>

图书基本信息

书名：<<把品牌做大>>

13位ISBN编号：9787115168511

10位ISBN编号：7115168512

出版时间：2007-11

出版时间：人民邮电

作者：罗宇

页数：270

字数：280000

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>

<<把品牌做大>>

内容概要

在这个市场为王的时代，企业品牌营销功力的大小，日益成为商战中决定成败的关键。而纵观国内企业，经过多年的积累和磨练，在生产能力甚至技术水平方面都已经具备了相当的实力，但在品牌营销方面，与国外大公司相比，却往往失于浅薄。

本书选取了餐饮、IT、汽车、零售等当前竞争最为激烈的行业内的家领先企业，回顾其品牌创建历史，提炼其品牌核心，再现其与竞争对手之间品牌竞争的实战对抗，从而总结出促使其从默默无闻到声名显赫的品牌营销关键策略。

或许你的企业还无名无牌，但却不甘平庸；或许你的企业已经小有名气，但却正在努力做到在行业里面数一数二；或许你的企业已经是业内的领导者，但却仍在规划着持续领先的未来战略。从无牌到名牌，再到业内大牌，直至成为百年品牌，无论你的企业受困于品牌成长的哪一个阶段，都可以从本书所述领先企业的品牌营销实战中，找到适合自己的点石成金的策略。

<<把品牌做大>>

书籍目录

第一章 可口可乐——不只是为了解渴 品牌缔造者——精明的药材商阿萨·坎德勒 品牌核心——“让有人的地方就有可口可乐” 品牌国际化——全方位多触角 可口可乐对战百事可乐——永久的“世界大战” 经典案例：公关宣传冲击波 第二章 星巴克——感性的温柔 品牌缔造者——咖啡教父霍华德·舒尔茨 品牌核心——口碑创造金字招牌 品牌国际化——一种生活方式的全球读本 星巴克对战迪欧——竞争永远只是实力的较量 经典案例：依靠服务创造新世纪的美国企业神话 第三章 百威——世界“啤酒之王” 品牌缔造者——啤酒帝王阿道普斯·布施 品牌核心——酿造世界上最好的啤酒 品牌国际化——百威雄霸天下 百威对战燕京——国际大牌与本土名牌的鏖战 经典案例：步步为营，稳扎稳打 第四章 英特尔——一颗奔腾的心 品牌缔造者——鬼才发明家戈登·摩尔 品牌核心——结果导向型策略 品牌国际化——构建全新生态圈 英特尔对战AMD——风云变幻谁主沉浮 经典案例：垄断是垄断者的通行证 第五章 摩托罗拉——无线通讯领路人 品牌缔造者——经营奇才保罗·高尔文 品牌核心——体验无限 品牌国际化——面到点结合 摩托罗拉对战诺基亚——你死我活的生死较量 经典案例：建立国际性的品牌个性 第六章 耐克——“代表胜利的神” 品牌缔造者——田径教练比尔·鲍尔曼 品牌核心——树立胜利者 品牌国际化——广告独步天下 耐克对战阿迪达斯——度激斗贩卖 经典案例：在追随中彰显个性 第七章 花旗——第一家不睡觉的银行 品牌缔造者——创新斗士沃尔特·瑞斯顿 品牌核心——服务营销的创始者 品牌国际化——整体细分策略 花旗对战汇丰——中国际遇大不同 经典案例：花旗银行引领个人构筑财富 第八章 索尼——电子行业的巨无霸 品牌缔造者——共品艰辛的井深大和盛田昭夫 品牌核心——技术为先 品牌国际化——最长久的眼光 索尼对战松下——领导者与追随者的较量 经典案例：与爱立信强强联手 第九章 宝马——至高无上的皇家风范 品牌缔造者——不断创新的卡尔·斐德利希·拉普 品牌核心——“驾驭的乐趣” 品牌国际化——品牌全球化，营销地方化 宝马对战奔驰——一路并驾齐驱 经典案例：完整的品牌营销组合 第十章 麦当劳——全球快餐巨头 品牌缔造者——快餐天才雷·克洛克 品牌核心——特许经营制胜全球 品牌国际化——酷炫、时尚、魅力无限 麦当劳对战肯德基——中国大战共享双赢 经典案例：“温情服务”增强品牌力 第十一章 宝洁——清洁全世界 品牌缔造者——波克特和甘保，两场婚姻的巧妙结合 品牌核心——以人为本 品牌国际化——以品牌为核心的操作 宝洁对战联合利华——“双子座”较量巅峰智慧 经典案例：多品牌突破 第十二章 惠普——科技创造梦想 品牌缔造者——硅谷之父比尔·休利特和戴维·帕卡德 品牌核心——惠普之道 品牌国际化——充满欲望的扩张之路 惠普对战IBM——虚拟的形象与切实的巨人 经典案例：公关自有妙用 第十三章 诺基亚——科技，以人为本 品牌缔造者——弗雷德里克·艾德斯坦的诺基亚密码 品牌核心——科技，以人为本 品牌国际化——规模效应 诺基亚对战三星——技术与创新之争 经典案例：诺基亚的“中国圣经” 第十四章 皮尔·卡丹——服饰领先者 品牌缔造者——时装帝国大亨皮尔·卡丹 品牌核心——刻意创新，独树一帜 品牌国际化——“名气”风靡世界 皮尔·卡丹对战杰尼亚——男装王国各领千秋 经典案例：第一夫人的活广告 第十五章 波音——撬动蓝天的引擎 品牌缔造者——蓝天英才威廉·波音 品牌核心——“越新越好” 品牌国际化——超一流的服务散尽天下 波音对战空中客车——霸主争夺再战蓝天 经典案例：用智慧飞出“死亡飞行区” 第十六章 沃尔玛——零售帝国 品牌缔造者——精神之父山姆·沃尔顿 品牌核心——比别人更尽心尽力 品牌国际化——贴心服务你我他 沃尔玛对战家乐福——超市航母难分伯仲 经典案例：先生存、后发展、再赢利 第十七章 微软——以软制胜 品牌缔造者——软件奇才比尔·盖茨 品牌核心——善假于物 品牌国际化——“人治”为本，跨出国门 微软对战IBM——抗衡蓝巨人 经典案例：品牌延伸，战无不胜 第十八章 丰田——有路就有丰田车 品牌缔造者——不走寻常之路的丰田喜一郎 品牌核心——以质量驰骋天下 品牌国际化——有路就有丰田车 丰田对战福特——四轮汽车的尖峰之战 经典案例：美国之旅，丰田车反败为胜 第十九章 三星——电器王国的佼佼者 品牌缔造者——创业鬼才李秉喆 品牌核心——持之以恒的质量管理 品牌国际化——让三星唱响全世界 三星对战索尼——平民与

<<把品牌做大>>

贵族的斗争 经典案例：打品牌王牌，夺中国市场 第二十章 迪斯尼——娱乐的先锋 品牌缔造者——沃尔特·迪斯尼传奇 品牌核心——全程娱乐化 品牌国际化——迪斯尼精彩呈现 迪斯尼对战嘉年华——快乐与疯狂的对决 经典案例：品牌营销制胜

<<把品牌做大>>

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>