

<<激情不灭>>

图书基本信息

书名：<<激情不灭>>

13位ISBN编号：9787121028052

10位ISBN编号：7121028050

出版时间：2007-1

出版时间：电子工业出版社

作者：莱斯利·巴特菲尔德

页数：242

字数：220000

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>

## <<激情不灭>>

### 内容概要

本书的故事开始于1886年，那一年卡尔·奔驰和戈特利布·戴姆勒分别发明了汽车。作者描绘了在合并之前这对竞争死敌是如何成长的，随后追踪了梅赛德斯·奔驰从纳粹时代到1945年第二次世界大战结束时几乎毁灭、战后重建、20世纪90年代初从汽车工业的宝座上跌落的轨迹。作者分析了在不同时期梅赛德斯·奔驰对危机的反应，同时，又将它今天面临的诸多挑战一一摆上了桌面，而且对它未来的继续提升提出了系列解决方案。

<<激情不灭>>

作者简介

莱斯利·巴特菲尔德（Leslie Butterfield），取得营销学硕士学位后，先后在伦敦两家著名的广告代理公司工作，在积累了大量战略管理经验后，1987年创办了自己的广告代理合伙公司BDDH。从2000年到2003年，莱斯利运营着品牌顾问公司Butterfield8。2003年，他将自己的业务与I

<<激情不灭>>

书籍目录

第1章 奇异的恩典——梅赛德斯—奔驰品牌的今天 第2章 传奇与现实第3章 何谓品牌 第4章 品牌之奔驰第5章 品牌之梅赛德斯 第6章 梅赛德斯和奔驰第7章 绝处逢生第8章 危机时刻第9章 何去何从第10章 激情不灭第11章 品牌的未来梅赛德斯—奔驰大事年表

## &lt;&lt;激情不灭&gt;&gt;

## 章节摘录

如今世界各地的商务酒店越来越同质化，它们往往是一些死气沉沉的场所，根本无法激发客人甚至员工的激情。

戴姆勒-克莱斯勒的总部大厦位于斯图加特的Moehringen地区，在距离该大厦主入口处几百米的地方，就坐落着一座名为Millennium的商务酒店。

较之戴姆勒-克莱斯勒总部大厦的现代派设计风格以及周围优雅的环境，Millennium酒店至少从外部看是令人极度失望的。

而且，其内部装饰并没有让这样的第一印象稍稍淡化。

众多的酒吧间和餐厅拥挤在一起，中间夹杂着各种古怪的装修，唯一的作用就是加重那与世隔绝的气氛。

然而，就是在这家酒店的一间名叫Weinstube的餐厅里，我观察到一些耐人寻味的东西，正是这些东西在我工作的初期就开始显现，它们正是涌动在梅赛德斯-奔驰品牌内部的最根本最核心的力量。

那是在2003年2月，一个湿冷的夜晚。

我几乎是那家酒店的最后一名客人，两名女招待在吧台后面慵懒地站着。

然而，一件与众不同的事情却在此时发生了。

至少，这件事情对于世界上其他任何酒店来说，都是极不同寻常的。

其中一名女招待从吧台下拿出装有清洁布和清洁剂的箱子。

然后，她开始往身后那些装着葡萄酒和啤酒的冷藏柜的玻璃面上喷洒清洁剂并不断擦拭。

这些冷藏柜不是一个，而是整齐地排列成一排；这些擦拭不是蜻蜓点水般的一带而过，而是小心翼翼、细致入微。

每一个表面、每一个角落、每一个连接、每一个密封垫，她都没有放过。

20分钟过后，这些冷藏柜焕然一新。

在绝大多数国家里面，如此细致入微地工作简直是不可思议的。

毕竟，女招待只是服务人员而已。

她既不是店主，也不是主管，更不是业主，甚至都不是专职的清洁女工。

这绝不是她分内的工作，在绝大多数的酒店里，这样的工作是不在女招待服务的范围内的。

当这名女招待退后一步欣赏自己的工作成果的时候，我把她叫过来结账。

出于好奇，我问她为什么在这件事情上如此之敬业。

她简单地回答道：“因为这样会对客人更好。”

“因为她有时间，因为她在乎酒店的形象和环境，因为她试图让酒店给客人留下更好的印象。”

我问她：“你是施瓦本人(Schwabjan)吗？”她回答道：“是的，我是。”

梅赛德斯-奔驰品牌是世界上最强大的品牌之一，而且几乎是世界上第一汽车品牌。

它的标志是著名的三叉星，虽然这个标志的历史尚不足100年，但是其被世人所知晓的程度几乎超过了基督教的标志——十字架。

这个简单却令人惊愕的事实，是1995年国际奥委会进行的一次全球性的调查得出的。

由此，人们会得出这样的结论：梅赛德斯-奔驰是一个真正的全球性的卓越品牌。

也许他们还会认为：梅赛德斯-奔驰品牌如此显赫地位的得来肯定全不费工夫——成功来得如此简单。

但是他们错了，因为成功背后的艰辛总不为人所知。

事实上，梅赛德斯-奔驰品牌的成功是一场艰苦卓绝的奋斗。

从某些方面说，这个品牌曾经努力存活，甚至苟延残喘。

它曾经数次战胜巨大的困难，而这些困难足以使得任何比梅赛德斯-奔驰实力稍逊一筹的公司完全灭亡、足以使得任何比梅赛德斯-奔驰知名度稍差的品种完全消失。

当然，这些血泪史恰恰使得这个品牌含义更加深远，同时也向世人显示：它如今的卓越地位来之不易。

这是一个令人惊讶的品牌。

知名度不是衡量一个品牌是否成功的唯一指标，更严格的指标应该是这个品牌融入流行文化的程

## &lt;&lt;激情不灭&gt;&gt;

度，以及这个品牌借此产生财务价值的的能力。

在这两个指标上，梅赛德斯 - 奔驰的得分显然非常之高。

如果在因特网上搜索抒情歌曲，会出现300多首关于这个品牌的歌曲：从P Diddy到Eminem，从the New Radicals到REO Speedwagon，再到Janis Joplin天籁般的歌声：“哦，老天，为什么不给我买一辆梅赛德斯 - 奔驰？”如果用同样的办法查找其他的汽车品牌，只有63首与雷克萨斯有关，7首与捷豹有关，而与BMW有关的仅有4首。

在电影世界里，梅赛德斯 - 奔驰这个品牌一直以来更是不断出现，令人惊艳的房车和敞篷车至少在8部007邦德系列电影中出现。

无论是老款的还是新款的梅赛德斯 - 奔驰的车型，都能在电影中找到身影。

《忠奸人(DotInle Brasco)》、《夺宝奇兵：法柜奇兵(Raiders of the Lost : Ark)》、《午夜快车(Midnlight Express)》、《极速60秒(Gorle in 60Seconds)》、《浪人(Ronin)》、《美国舞男(American Gigolo)》、《侏罗纪公园2：失落的世界(The Lost World)》、《虚荣的篝火(Botlfjre ofthe Vanlties)》、《黑超特警(Men in Black)》……而这个光荣榜还在不断地继续着。

梅赛德斯-奔驰已经超越了汽车本身的内涵，甚至是超越了传统的品牌的内涵。

它已经悄然升华成为一种文化、一种社会标志，在我们的这个世界以及我们心中占据一个特殊的位置。

在普通消费者中，这个品牌得到了极高的荣誉和赞赏。

在苛刻的商业人士中，这个品牌是否依旧呼声很高呢？答案仍然是毫无争议的“绝对是”！在过去的15年里，InterBrand对全球的各种主流品牌的实力进行了长期的跟踪分析。

确定各品牌实力的主要因素包括：稳定性、市场领导地位(市场份额)、全球性以及促销支持。

在此基础上进行的评价显示，梅赛德斯 - 奔驰品牌一直在最有价值的品牌排行榜前10名之中，而与之比肩的都是诸如可口可乐、微软、吉列以及麦当劳这些声名赫赫的品牌。

而更有趣的是，梅赛德斯 - 奔驰常常作为唯一一个非美国的品牌荣登该排行榜。

如同花旗银行和大通摩根分析这些品牌的财务价值一样，InterBrand对各个品牌的财务价值也进行了细致的研究，财务价值是通过将未来的收入能力直接折现为当前的净现金价值来体现的，换言之，这也意味着品牌的无形价值。

通过这样的定义方式，在2004年，梅赛德斯 - 奔驰在全球的品牌价值被评估为210亿美元。

而这一次与之并列的同样是那些世界上非常伟大的品牌，包括英特尔、通用电气、诺基亚。

更重要的是，对于梅赛德斯 - 奔驰这个品牌而言，其品牌价值超过了其资产总额的三分之一。

这样优异的成绩单仅仅被三家公司所超越，它们分别是可口可乐、迪士尼和麦当劳。

梅赛德斯 - 奔驰的品牌价值使得除了丰田汽车以外的其他汽车品牌不得不望其项背。

紧随其后的是福特、本田和BMW。

而至于大众、哈里一戴维森以及尼桑更是被远远甩在后面。

InterBrand还分析了品牌实力的来源，它们认为这些世界级的优质品牌具有3个关键的特征：简洁明晰(Clarity)、始终如一(COnslsteflcy)以及领袖风范(Leadership)。

自此，在本书中我们将围绕这个评价模型，对梅赛德斯 - 奔驰这个品牌做细细的研读。

在这里我们首先将这3个特征完整而清晰地解释清楚。

简洁明晰——远景、目标以及价值观简洁明晰，因此被人们清楚地理解、拥护甚至崇拜。

那些使得品牌与众不同且切中品牌核心的价值观也要简洁明晰，同时，品牌标识及定位都应该清晰无误。

始终如一——不是简单老套的、墨守成规的产品，更不是庸俗的无新意的陈词滥调。

强大的品牌总是始终如一地展示“我是谁”。

在这个展示过程中，品牌需要与价值观保持统一和协调。

无论在产品、店内环境、电话服务的态度方面，还是在社会责任感以及投资的持续性方面都要体现出来。

领袖风范——InterBrand通过对全球2500个品牌的价值评估研究发现：识别能否在高层次创造长期的品牌价值最显著的因素就是领导力的强弱。

## <<激情不灭>>

领导力意味着品牌在领导和超越期望值方面的能力，同时它还要具有能够在恰当的时机将人们引领到产品、服务甚至是社会哲学的新领域和新境界的能力。  
领导力也表现为一个品牌无休止地自我创新的能力。

编辑推荐

德国是汽车的王国，而这个王冠上最璀璨的一颗明珠，当属梅赛德斯 - 奔驰！这是一个传奇的品牌，它是汽车的始祖，也是身份的象征。自它诞生以来的一百多年里，它每一次的出现都浸染着人们艳羡的目光。它血统纯正、工艺精良，多少人梦寐以求却不敢轻易染指。关于它的传言与真相虚实纠结，令人难辨真伪。它是一场并不幸福的联姻的产物，但它融合了双亲的气质与精髓。它的道路并非一马平川，它的脚步也曾踉踉跄跄。它经历过大喜与大悲怆，一次次浴火重生之后更加光鲜照人、更加超凡脱俗……



<<激情不灭>>

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>