

<<塑造公司最优品牌>>

图书基本信息

书名：<<塑造公司最优品牌>>

13位ISBN编号：9787208052116

10位ISBN编号：7208052115

出版时间：2004-1

出版时间：上海人民出版社

作者：尼古拉斯·因德

页数：72

字数：120000

译者：郭玉闪

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>

<<塑造公司最优品牌>>

内容概要

以公司理念为核心，塑造强大的公司品牌，赢得员工、客户、消费者和股东对企业的信任和忠诚。

本书写的是企业应如何理解和管理企业品牌。

第一章企业品牌由什么构成和为什么对于企业来说，从积极的方面来管理企业品牌变得越来越重要。

第二章讲信任问题和如何建立信任。

第三章给出一个分析企业品牌的模型，第四章讲在有忠诚的顾客、股东和员工的情况下，一个管理得好的品牌能达到的结果。

第五章界定一些管理企业品牌所需要的实际的方法。

<<塑造公司最优品牌>>

作者简介

尼古拉斯·因德，两年前创立因德咨询公司，向客户提供公司传播和品牌塑造咨询。

此前他是Jenkins集团的研究和计划总监。

他出版了四本书：《公司形象》、《伟大的广告活动》、《特伦斯·康仁》和最近的《公司品牌》。

他是设计商业协会的主任和国际公司识别集团的创始人之

<<塑造公司最优品牌>>

书籍目录

引言第一章公司品牌塑造之谜 愈来愈重要的公司品牌塑造第二章建立信任 诚信 清晰和清楚表达的价值观 目标的一致性第三章公司品牌分析 公司识别 营销传播战略 员工对公司识别的观点 产品和服务 公司形象 使用模型第四章关系和公司品牌 公司品牌架构 客造关系 员工关系 股东关系第五章公司品牌管理 管理一致性 任用专家 适应变化 公司文化和领导人的支持附录 公司品牌塑造的一个案例研究：PSD集团股份有限公司 传播调查一个案例研究：一家国际汽车公司参考书目

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>