

<<品牌22律>>

图书基本信息

## &lt;&lt;品牌22律&gt;&gt;

## 内容概要

本书是美国营销大师阿尔·里斯及其女儿劳拉·里斯的又一部著作。本书的写作手法秉承了阿尔·里斯的一贯风格：简洁、生动，用短小精悍的案例说明浅显易懂的理论。

里斯父女在本书中继续围绕着他们“定位”和“聚焦”的营销理念，将读者引入了一个打造品牌的世界，和读者一起探讨怎样把一种产品或服务打成一个世界级品牌。

22条言简意赅的法则，是作者对打造品牌这一过程的精确概括。

在这22条法则中，有一些法则读者会感到似曾相识（例如，“延伸法则”、“词汇法则”），这些法则在里斯的其他著作中也曾一再提及，但每一次所用的案例总是有所不同。

打造品牌本身就是一个具有很强实践性的操作过程，所以在里斯所提出的这22条法则中，我们可以看到如“外形法则”、“颜色法则”这样微观层面的法则。

细细阅读里斯的文字，我们可以发现，里斯所有作品中的思想都是连贯一致的。

在本书中，我们可以发现后来里斯所提出的“公关第一，广告第二”理论的萌芽（见“公关法则”和“广告法则”），也可以发现里斯营销理论的核心——聚焦理论。

虽然阐述方法各不相同，但是其理论精髓都是相同的。

相信里斯父女的这部著作会给期望走向世界市场的中国企业一些帮助，使中国品牌屹立于世界品牌之林。

## <<品牌22律>>

### 书籍目录

- 导读 运用之妙 存乎一心前言1 扩展法则一个品牌的力量和它的规模成反比。  
2 收缩法则在收缩你的焦点后，你的品牌才会更强大。  
3 公关法则品牌的诞生是由公关促成的，而不是广告。  
4 广告法则一但诞生，一个品牌需要广告来保持健康。  
5 词汇法则一个品牌应当力争在消费者心目中形成一个词语。  
6 信誉法则任何品牌成功的关键因素是其诉求的真实性。  
7 质量法则质量是重要的，但是品牌的创建不仅仅依靠质量。  
8 类别法则一个领先品牌应该促进该类别的发展，而不是品牌的发展。  
9 命名法则从长远的观点来看，对于一个品牌来说，最重要的是名字。  
10 延伸法则毁灭一个品牌的最容易的方法就是把这个品牌名称用在所有的事物上。  
11 伙伴法则为了建设一个商品类别，一个品牌应该欢迎其他品牌。  
12 通用法则.....13 公司法则14 副品牌法则15 同胞法则16 外形法则17 颜色法则18 国界法则19 连贯法则20 变化法则21 死亡法则22 单一法则

## <<品牌22律>>

### 媒体关注与评论

《品牌22律》一书睿智而易于理解，是一本值得一读的通俗读物，它提供了把你的产品或服务转化成世界级品牌的弹药。

作者阿尔·里斯论证了营销人员需要的是两种技巧：打造一个品牌并且维持它的生命力。通过对巨星公司的解剖及其敏锐的洞察力，这本书将显示，他们是企业家还是经验丰富的老手。

这本书像一个综合体，它使用了一份全世界著名品牌的令人印象深刻的清单，它最高水平调整品牌化的艺术能让你高度自信地制定正确的营销决策。

#### 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>