

<<抢跑品牌>>

图书基本信息

书名：<<抢跑品牌>>

13位ISBN编号：9787300085470

10位ISBN编号：7300085474

出版时间：2007-10

出版时间：中国人民大学出版社

作者：弗朗西斯·凯利三世

页数：211

译者：袁长燕

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>

<<抢跑品牌>>

内容概要

抢跑品牌是指那些能够长期成为胜者的伟大品牌。

如今在投资保命的市场上品牌泛滥、竞争激烈，而抢跑品牌能领导整个品类，获得极高的认知度并增进市场份额，耐克、苹果电脑，大众汽车以及捷蓝航空等世界知名抢跑品牌的成功内幕在书中一一为您揭晓。

<<抢跑品牌>>

作者简介

弗朗西斯·凯利三世，阿诺国际传播广告公司总裁兼首席运营官，他服务过的客户包括强生、泰特利斯、惠普等公司，凯利帮助阿诺国际传播广告发展其“品牌真理”他意理念，并使该公司成为全美知名的广告公司，其客户包括富达投资公司、杰克丹尼威士忌、皇家加勒比海国际游轮、大众汽车等。

<<抢跑品牌>>

书籍目录

第1章 冲破灰海第2章 抢跑品牌第3章 抢跑程序第4章 抢跑产品第5章 抢跑活动第6章 抢跑包装
第7章 抢跑促销第8章 抢跑动力第9章 抢跑英雄第10章 抢跑成果第11章 打造抢跑品牌译者后记

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>