

<<美式营销战>>

图书基本信息

书名：<<美式营销战>>

13位ISBN编号：9787301124826

10位ISBN编号：7301124821

出版时间：2007-8-1

出版时间：北京大学出版社

作者：周环宇

页数：261

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>

## <<美式营销战>>

### 内容概要

本书选取美国发展最迅猛、最具潜力且竞争最激烈的九个行业——食品饮料、医药、传媒、娱乐、汽车、零售、日化、服装、IT网络等，介绍其著名企业的经典营销战役。

这些企业综合运用各种技巧，成功地完成了阶段性的营销目标：或提升品牌的市场份额；或促进了阶段性销售额增长；或帮助品牌顺利完成策略转型；或协助品牌摆脱困境，成为市场的领导者……这些案例的成功源于企业运用了创新的想法与不同寻常的营销策略。

本书对其文化背景、市场环境等方面进行了深入与详尽的分析，以便读者更加深刻地理解这些企业所遇到的市场挑战及其所采取的应对策略。

中国的经济正稳步增长，中国逐渐成为世界上最受瞩目的市场，行业竞争已进入白热化状态。

本书所选的九个行业恰恰也是我国目前最为活跃的行业。

“他山之石，可以攻玉”，这些案例中创新的策略与营销思想已超越地域与行业界限，相信会对中国的各个企业都具有极大的参考价值。

## <<美式营销战>>

### 作者简介

周环宇，国际行业营销与广告传播研究学者，长期从事国际行业营销与品牌战略研究，专研欧美著名品牌的发展经历与营销广告活动，以及欧美广告业的发展与广告公司的经营。

先后担任《国际广告》杂志副主编、《现代广告》杂志采编部主任，现任中央电视台广告部品牌经理。

在《国际

## &lt;&lt;美式营销战&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 美国食品饮料业营销 牛奶：一个传奇的诞生——“喝牛奶了吗/牛奶胡子”美国牛奶营销传奇战役 “什么也没有”保证什么也没有——Aquafina瓶装水整合营销战役 “红色代码”就是“病毒”——“红色代码”饮料病毒式营销案例 将生活颠覆到底——莫尔森啤酒美国策略转型案例 突破活力底线——麦可洛超级淡啤酒上市案例 打包水火交融的墨西哥风情——美国德尔墨西哥风味快餐连锁店品牌整合战役 康阿格拉：让顾客当回真正的上帝——康阿格拉方便餐品牌定位案例 百事：超人气品牌网络传播案例 第二章 美国医药业营销 辉瑞缔造“伟哥”传奇——万艾可上市推广案例 唤醒美国的圆梦行动——Breathe Right鼻贴品牌定位战役 开拓第四度空间——葛兰素史克在线整合传播案例 劝诫宣传的“叛逆”路线——“健康的密西西比州合作计划”推广战役 第三章 美国传媒业营销 “这不是电视，是HBO”——HBO频道的特色营销案例 生与死的终极游戏——《生存者》真人秀节目整合营销战役 让财富变为成功的代名词——美国广播公司节目宣传案例 “正义与罪恶”是高收视率的最佳增效剂——美国法庭频道经营案例 第四章 美国娱乐业营销 《女巫布莱尔》如何引爆票房炸弹剪辑魅力卖点——电影《魅力四射》上映整合营销案例 《卧虎藏龙》的戏外功夫——电影《卧虎藏龙》美国上映整合营销案例 “圣诞怪杰”如何拯救圣诞节——电影《圣诞怪杰》反季节营销案例 《角斗士》反败为胜的上映计策 解冻《冰河世纪》——《冰河世纪》上映宣传战役 第五章 美国汽车业营销 宝马：将娱乐进行到底——宝马美国公司娱乐营销案例 品牌生存游戏——Aztek上市整合营销案例 好莱坞的魅力——Intrigue汽车上市个案 SUV的风格化突破——尼桑Xtem上市营销战役 凯迪拉克：演绎网络化动态游戏——雷克萨斯美国品牌定位案例 第六章 美国零售业营销 标靶基因——塔吉特百货店品牌整合战役 剖析“男人玩具店”的秘密——西尔斯“店中店”创新经营案例 西尔斯：突破传统在线营销定式 第七章 美国日化业营销 雅诗兰黛的美丽战争——雅诗兰黛美国营销案例 “酷一代”的时尚攻略——美宝莲美国品牌整合战役 第八章 美国IT网络业营销 回归本性——IBM“电子商务e代”营销案例 体验营销游戏——微软xbox游戏机上市营销案例 第九章 美国服装业营销 “维多利亚的秘密”就是没有秘密——美国“维多利亚的秘密”品牌整合营销案例 美国传奇的复活——Coach品牌美国经营案例 明星是这样造出来的——锐步公司品牌整合营销战役 耐克：全方位互动营销战役后记

<<美式营销战>>

章节摘录

插图

<<美式营销战>>

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>