

<<品牌创立的第一本书>>

图书基本信息

<<品牌创立的第一本书>>

内容概要

如何创造切实而又与众不同的品牌？

理解品牌特征和品牌形象之间的区别，是打造经久不衰的高价，品牌的基础，这本《品牌创立的第一本书》可以说是教你打造品牌特征的速成班。

它详尽地描述了适合于所有公司，产品，服务 和技术的品牌创立与修正的长期战略。

只有了释品牌的真正特征，才可能轻松地目标消费者传递正确的品牌信息，才可能使品牌强大，引用了许多世界知名品牌的品牌特征作为讲述的案例，其中包括英特尔（INTER）给他力（GATORADE）联邦快递（FEDEX）等。

<<品牌创立的第一本书>>

作者简介

爱莉西亚·佩里

著名品牌咨询顾问，曾经为《财富》500强的佼佼者，如麦当劳、公司提供品牌命名方面的服务。

大卫·威斯诺姆

著名品牌咨询顾问，曾经为世界顶尖级品牌，如可口可乐和给他力创建以顾客为导向的品牌特征。

<<品牌创立的第一本书>>

书籍目录

推荐序前言第1章 品牌特征探源 特征和形象 品牌特征 品牌创立 品牌形象 品牌特征不只是名称和标识 定位就是蓝图 语言的力量 形象特征 品牌体验 给他力：整合第2章 解密定位战略 没有完全相同的两条DNA 主张 从\$到美元 市场因素 目标消费者 做到知己知彼 协作关系 传达特征和优点 消费者信息传递模式 信息属性 核心基础 定位陈述 品牌目标和技术参数 再论相关性第3章 命名无定法 名称的演化 命名的程序 从命名说明开始做起 造词术 命名列表 商标注册过程 文化和语言分析 国际商标调研 选择名称第4章 品牌外观形象的“阴”和“阳” 外观形象要素 颜色世界 色彩心理学 外形和结构 设计过程 创造性探索 选择品牌特征 品牌特征的塑 美国登记注册调查 文化分析 国际注册调查 最后的选择 适应过程 机械艺术设计 设计和实施方针第5章 品牌的信息传递第6章 数字化时代第7章 原料、技术的品牌发展战略第8章 学以致用，创力品牌附 本书精要

<<品牌创立的第一本书>>

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>