

<<小公司如何长大>>

图书基本信息

书名：<<小公司如何长大>>

13位ISBN编号：9787501770687

10位ISBN编号：7501770689

出版时间：2006-1

出版时间：第1版 (2006年1月1日)

作者：张志军

页数：279

字数：224000

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>

<<小公司如何长大>>

内容概要

随着品牌时代的来临和市场竞争的加剧，使得许多小公司从前那种不求有功但求无过的发展思路，再也无法适应市场竞争的需要。

于是，走品牌之路就成了众多小公司做大做强的途径。

本书以小公司作为对象，把品牌打造过程中的定位、销售、差异化战略、定价、管理和保养等不可缺少的步骤连为一体，并一一呈现在读者面前。

书中的每一个章节都始终围绕着“小公司打造大品牌”的主旨，通过一系列绘声绘色的案例探讨了小公司进行品牌打造的可行性。

书中的每一个观点均有事实作为依据，更是创造性地为那些正处在盲目中的小公司老板们指明了一条企业发展之路。

沿着这条路，小公司终将越做越强，在残酷无情的市场中成为擎天一柱。

<<小公司如何长大>>

书籍目录

第一章 小公司也需要大品牌 这是个品牌营销时代 来自品牌的诱惑 小公司更需品牌冲动 小公司的大品牌意识
第二章 建立品牌的量力之道 无须花大钱也能做品牌 学会独善其身 小公司创品牌的四部曲 区域化策略制胜 背靠大树好乘凉
第三章 掌握“感觉”，赢取顾客青睐 品牌也有“感觉” 找对顾客的“胃口” 彰显品牌个性 品牌定位 让品牌释放出“感觉”
第四章 层层贴近，强化顾客信任 从顾客满意到顾客信任 让品牌有力地延伸 把品牌带入顾客家中 小公司的顾客忠诚法
第五章 精明销售，不再是低价与打折 学会在夹缝中卖货 将市场细分进行到底 创意广告，竞争决胜 打一场“促销”攻坚战 新的销售通路——网络营销 正对胃口的销售管理秘
第六章 市场突围，来自差异化战略 用差异化躲过大公司的围剿 小公司的差异化陷阱 差异化的品牌营销术 弱势品牌的差异化策略
第七章 价格，支撑起品牌的无形之手 小品牌的定价策略 有关产品定价的学问 竞争对手价格策略分析 找到最具竞争力的价格策略 价格战，你要如何面对？
第八章 弹性组织，有效实现品牌战略 组织必须弹性十足 小公司的弹性管理 执行让品牌腾飞 让组织围绕品牌生存
第九章 品牌长寿秘方 品牌的保养之道 口碑决定一切 如何抵抗大企业的欺凌 坚持一个品牌一百年不动摇 打造品牌绝非一劳永逸 后记

<<小公司如何长大>>

编辑推荐

公司做大做强的经典读本，小老板们提升自我品牌的管理指南。

小公司从前那种不求有功但求无过的发展思路，已经无法适应市场竞争的需要。

要想做大做强，必须要有“大品牌”的意识和勇气！

小公司做大做强不再是梦！

“当一辆车在你面前飞驰而过时，你不用看牌子，看一眼车灯或者车身，就能告诉别人：这是沃尔沃！”

沃尔沃一直很骄傲能够做到这一点。

这也是在全球绝大部分国家市场占有率只有1%的沃尔沃一直能够说自己是“小公司、大品牌”的关键所在。

——国际先驱导报 小公司打品牌更在利：因为易于控制成本和布局，也没有负担，不必向政府要钱。

——工商时报

<<小公司如何长大>>

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>