

<<反向>>

图书基本信息

书名：<<反向>>

13位ISBN编号：9787501775125

10位ISBN编号：7501775125

出版时间：2006-10

出版时间：中国经济

作者：郑新安

页数：330

字数：395000

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>

<<反向>>

内容概要

在营销学的理论里，产品差异化是企业运用最多的。

“反向”创意美学所提倡的是颠覆现有规则，让产品营销达到一种美学般境界的新思想，让创意充溢于我们所有经营行为当中的适合境界，从消费者角度反向观察，从消费者角度反向理解需求的营销新法则。

反向需求定位，让消费者在感性体验上产生差异化，具有不可替代性；反向感受沟通，满足了消费者的审美需求，有效实现品牌价值；反向理解说服，以无形价值来打消费者的内心世界，建构高品牌忠诚度；反向解构渴望，让产品产生品牌资产溢价，让产品增加丰厚利润。

反向的关键是打破常规，不只是帮助销售产品，创造品牌，更主要的是它会彻底改变一个公司或者一个行业。

中国唯有在全球化浪潮中，以反向的创意美学崛起为契机，通过杰出的商业创意来迅速建构和传播自身品牌，从而在世界经济格局中，实现从“中国制造”到“中国创造”！

<<反向>>

作者简介

郑新安，品牌营销，媒体运作管理专家，财经作家，北京黑森林品牌营销顾问公司管理顾问，首都经贸大学品牌研究中心副主任兼秘书长，品牌博客网CEO。

书籍目录

序言一 品牌美学成就创意经济序言二 美感消费是行销的最高境界序言三 品牌美学，圆“中国创造”之梦序言四 我们需要有使命感的企业同行序言五 美才有更好的回报序言六 帮助别人成功才是最大的成功前言第一章 反向的创意经济时代 什么是反向 反向创意是知识经济的核心 产品与反向创意经济 品牌建筑师之核心 创意经济的反向观 经典案例 星巴克不卖咖啡反成功 卓越案例 时尚“遛卡”，炫“菲”一般的你——兴业银行加菲猫信用卡推广记第二章 反向观下的创意经济 创意工业与创意经济 创意经济就是艺术化经济 创意经济是产业的创新概念 反向营销新境界 4B行销进行时 经典案例 销售顾客感受的宜家 卓越案例 蜕变第三章 创意经济面面观 全球创意产业概况 创意经济榜样 创意经济先锋 产品的魔法衣 超越模仿时代 经典案例 英特尔的文化 卓越案例 畅行成功路——锦湖轮胎中国高端市场传播第四章 创意经济呼唤品牌美学 品牌美学是创意产业的理论工具 创意人的品牌美学观 消费者的品牌美学观 企业的品牌美学观 经典案例 欧米茄表服务的艺术美感 卓越案例 美学生活，美学体验——普田电器“美感体验”行销第五章 品牌美学的反向建构第六章 品牌美学的价值观第七章 品牌美学改变世界第八章 品牌美学的价值实现第九章 品牌美学与商业创意的层次第十章 品牌美学“性爱论”第十一章 中国品牌的创新之道附录 一个部落 一个梦想贾丽军介绍感言 个人的梦想不能称之为梦想 众人的梦想才是真正的梦想后记 人人都要卓越

<<反向>>

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>