

<<像满足情人那样满足顾客>>

图书基本信息

书名：<<像满足情人那样满足顾客>>

13位ISBN编号：9787506354226

10位ISBN编号：7506354225

出版时间：2010-7

出版时间：作家出版社

作者：范军

页数：304

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>

<<像满足情人那样满足顾客>>

前言

《像满足情人那样满足顾客:品牌的建设与营销》是一本充满趣味与智慧的品牌事典。
《像满足情人那样满足顾客:品牌的建设与营销》是一本充满智慧和趣味的品牌智典。
没什么神奇，这就是一本关乎品牌成长又关乎成长背后的人和事的。
它的最大贡献在于：学习管理，也可以像阅读文学作品一样快乐。
当然，它还可以增加你的谈资，让你迅速变成品牌达人。

<<像满足情人那样满足顾客>>

内容概要

《像满足情人那样满足顾客》，在内容上与众不同。

它放弃了有关品牌建设的理论阐述，从品牌成长的漫漫长河中，采撷精彩的片段或瞬间，娓娓道来那些——独占鳌头的喜悦、落魄溃败的苦闷、困境中的迷茫、竞争中的惨败，当然还有暗度陈仓，还有大意失荆州，还有柳暗花明……在形象、生动地展示企业里的人和事之后，挖掘出了独特的品牌意义和力量。

《像满足情人那样满足顾客》，在体例上独树一帜。

围绕在品牌周围理论观念，统统隐藏在“故事”的情节之中，再通过“评述”，说长道短其所以然，怒其不争，哀其不幸，皆在不拘一格的率性言谈中；而“链接”或对“故事”加以补充，丰富其内涵，或对“评述”加以完善，增强其信息量、资料性。

部分篇章还配有精美插图，更加形象、立体、风趣的展示情节。

作品风格独特，语言轻松幽默，充满睿智，图文并茂，内容丰富，信息准确，既可做休闲读物，又可做案头工具书。

《像满足情人那样满足顾客》是一本充满趣味与智慧的品牌事典。

《像满足情人那样满足顾客》是一本充满智慧和趣味的品牌智典。

<<像满足情人那样满足顾客>>

作者简介

范军

1963年出生。

由文学青年成为非著名作家，著有中短篇小说集《心灵的故事》。

由职业经理人成为非著名管理学者，著有《百年管理事典》、《百年的人性关怀：通用电气》（与张琪合作）；在台湾出版《管理48条突破思考》、《塑造卓越品牌必修的40堂课》。

<<像满足情人那样满足顾客>>

书籍目录

1、一个法国女人和她的香奈儿5号2、芝华士：来自苏格兰的“骑士风范”3、像满足情人那样满足顾客4、麦当劳：不想关门，那就学会改变5、范思哲：致命的吸引力6、可口可乐：变革时最好不要立即抛弃现有的7、百事可乐：凭什么与竞争对手平分天下8、皮尔·卡丹的魅力9、人头马：300年老店“镶嵌”时尚和现代元素10、IBM:带着年轻人一同上路11、菲亚特：吉德拉的三板斧成就辉煌12、迪士尼：不要活在过去的时间里13、朱莉娅·罗伯茨成为阿玛尼的设计师14、亚马逊网上书店：信息时代的企业典范15、资生堂：融合东西方文化的美丽使者16、阿迪达斯：将品牌写在世界冠军的身上17、耐克：后来居上19、宝马的一次“病毒式营销”20、微笑比5100万美元更值钱21、让您光彩照人每一天22、海尔：“激活休克鱼”成为哈佛大学MBA的案例23、高雅古典的酒瓶带来的好运24、惠普：成功的公式=博士+汽车库25、一不留神就被“猴”耍了一回26、剃须刀片演绎的风云变幻27、提供“世界上最好的工作”28、除了老婆和孩子不能变外，都要变29、奔驰：态度也是服务30、尼亚加拉，不只有瀑布31、对所有的顾客负责32、万宝路：20年风雨换来“西部牛仔”畅销路33、“吝啬”中崛起的家居帝国34、从1868年开始的雀巢35、本田：“金字塔”与“升降机”的二重奏36、美国西南航空：11次赢得“三重皇冠”37、老板到华尔街跳草裙舞39、荀子就是我的教父40、华贵与高雅的代名词41、昔日的辉煌不决定明天的出路

<<像满足情人那样满足顾客>>

章节摘录

<<像满足情人那样满足顾客>>

编辑推荐

《像满足情人那样满足顾客……》编辑推荐：没什么神奇，这就是一本关乎品牌成长又关乎成长背后的人和事的书。

它的最大贡献在于：学习管理，也可以像阅读文学作品一样快乐。

当然，它还可以增加你的谈资，让你迅速变成品牌达人。

<<像满足情人那样满足顾客>>

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>