

<<服装品牌VMP系统操作实务>>

图书基本信息

书名：<<服装品牌VMP系统操作实务>>

13位ISBN编号：9787506468565

10位ISBN编号：7506468565

出版时间：2010-11

出版时间：中国纺织出版社

作者：《服装品牌VMP运作系统》项目课题组

页数：144

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>

<<服装品牌VMP系统操作实务>>

内容概要

《服装品牌VMP系统操作实务》将服装企业有限资源通过系统分析、整体规划整合，提炼出明确清晰的**品牌核心价值**等理念，并将抽象的品牌理念最大限度地转化为企业内部的管理规范系统、产品开发要求及外部易被目标受众感知并认同的**品牌口号、视觉形象**，强化服装企业对内的“**统一性**”和对外的“**差异性**”，为服装品牌的建设、管理与营销制度的革新，为品牌扩张和产品开发提供资源平台和支持工具。

<<服装品牌VMP系统操作实务>>

书籍目录

第1章 绪论1.1 VMP系统解读1.1.1 何谓VMP1.1.2 V-M-P三模块的分工协作关系1.1.3 VMP系统的应用特色1.2 VMP系统操作指南框架第2章 信息基础2.1 服装品牌运营环境的信息内容2.1.1 行业素描2.1.2 竞争结构与竞争品牌2.1.3 消费者特征2.1.4 企业资源与能力2.2 服装品牌运营环境的信息收集2.2.1 企业内部信息的收集2.2.2 企业外部间接信息的收集2.2.3 企业外部原始信息的收集2.3 服装品牌运营环境的信息分析2.3.1 竞争品牌分析2.3.2 消费者分析2.3.3 企业自身分析2.4 流行信息分析2.4.1 流行信息采集2.4.2 整理分析信息第3章 品牌形象与品牌VIS3.1 打造品牌第一步——树立品牌形象3.1.1 品牌形象的作用3.1.2 如何塑造品牌形象3.2 品牌VIS体现品牌形象3.2.1 品牌VIS的含义与组成3.2.2 品牌VIS塑造品牌形象3.3 建立品牌VIS3.3.1 编制VI手册3.3.2 企业导入VI的基本流程3.4 应用品牌VIS3.4.1 品牌VIS应用的主要内容3.4.2 品牌VIS应用的管理第4章 品牌理念4.1 品牌理念4.1.1 品牌理念形成的基本条件4.1.2 如何设定品牌理念4.2 三位一体——打造品牌理念的创新模型4.2.1 品牌理念的三大核心要素4.2.2 品牌定位的操作方法4.2.3 消费者定位的操作方法4.2.4 产品定位的操作方法4.3 品牌理念的应用与检验4.3.1 品牌视觉识别系统和产品开发系统对品牌理念的表达4.3.2 消费者对品牌视觉识别系统和产品的接受度第5章 产品研发系统5.1 产品企划5.1.1 产品开发主题企划5.1.2 产品设计数量企划和配比企划5.1.3 产品开发时间企划5.2 产品设计5.2.1 明确设计主题5.2.2 确定色彩、材料、款式及配饰的设计方案5.2.3 产品系列设计5.2.4 推出设计稿5.3 确定产品方案5.3.1 制作样衣5.3.2 设计方案评审5.3.3 设计方案定稿5.3.4 编写生产指导文件第6章 品牌服装营销6.1 服装价格的制订6.1.1 制订价格需要考虑的因素6.1.2 品牌价格的制订方法6.1.3 竞争环境下的价格调整6.2 中间商的选择6.2.1 选择经营模式6.2.2 确定经销商数量6.2.3 建设渠道终端6.3 服装品牌的宣传推广6.3.1 适合服装商品的传播工具6.3.2 加强和消费市场的沟通第7章 企业内部管理7.1 企业内部管理系统7.1.1 品牌标准化运行的根基7.1.2 从无到有, 构建企业内部管理系统7.2 基于标准化运行的企业内部管理7.2.1 战略制订与管理决策平台7.2.2 人力资源开发与管理平台7.2.3 连锁经营与店铺管理平台7.3 操作指南, 实现内部管理与品牌标准化运行间的动态匹配7.3.1 战略管理平台操作要领7.3.2 人力资源管理平台操作要领7.3.3 店铺管理平台操作要领参考文献

<<服装品牌VMP系统操作实务>>

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>