

<<全球品牌大战略>>

图书基本信息

书名：<<全球品牌大战略>>

13位ISBN编号：9787508604565

10位ISBN编号：7508604563

出版时间：2005-9

出版时间：中信出版社

作者：施振荣

页数：153

字数：130000

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>

<<全球品牌大战略>>

内容概要

从代工、代为设计制造到创立自有品牌，华人企业在品牌经营的道路上，面临哪些威胁与机会？突围的关键又在哪里？

从Acer到BenQ，宏基集团的品牌经验，有哪些值得借镜与学习之处？

本书根据施振荣30年以上亲身实务经验所写成，用经营者的语言与心情，将塑造品牌时会遭遇到的所有问题、各阶段的不同思维、各种议题不同角度的思考，简单明了地纳入他的品牌论述中，既有全球品牌竞争态势的大架构论述，也有小至品牌扩张时的应用准则等实际问题的看法。

可以说它是为有兴趣从事品牌工作及战略思考的经营者与经理人所写，因此在著书过程中，施振荣随时都会从他们的立场来思考各种问题。

施先生认为，每个产业未来要面对的课题各有不同，要解决的专业问题也南辕北辙，但是，各产业只有一个共通且无法回避的挑战，那就是品牌。

因此，相对而言，经营品牌的能力是解决产业升级最重要的核心，这种能力在未来一二十年还有不断成长的空间，不会饱和。

因此，全球华人企业在未来的经营将逐渐以品牌为主轴，就客观环境下来看，华人企业未来也势必将以品牌经营为重要方向，未来也一定要打国际品牌才有出路。

本书将带你一窥宏碁集团自创品牌、打国际级战争的历程。

此外，三星、SONY、Google、苹果、中国联想集团等品牌之路，施先生也为你一一剖析。

<<全球品牌大战略>>

作者简介

施振荣，1944年出生于台湾鹿港。

1971年毕业于台湾交通大学电子研究工程研究所。

1976年，基于推广微处理器技术的理想，结合其他四位伙伴创立宏碁，并致力于发展创新的科技应用，自创品牌，推行企业国际化，落实人文科技岛理念等。

对于台湾高科技行业的崛起与卓越表现贡献

<<全球品牌大战略>>

书籍目录

推荐序品牌战略智慧结晶 王振堂品牌管理决胜负 王文璨 品牌之路 朱博涌 自序为品牌台湾贡献一己之力 施振荣 第一章 品牌这条路 宏自创品牌的历程 B2B品牌vs.B2C品牌 品牌力量大 打造一个国际品牌 国际品牌的条件与实例第二章 品牌与价值 品牌价值公式 如何塑造品牌价值 如何维持品牌价值 B2B、B2C的品牌价值 品牌公式的应用 品牌的冲突 古老产业利用品牌价值的微笑新解 品牌与竞争力第三章 品牌扩张 品牌多元化 韩国的三星 日本的索尼 结论第四章 建立品牌定位五大步骤 品牌与创新 建立品牌定位步骤一：命名 建立品牌定位步骤二：设计各种识别体系 建立品牌定位步骤三：口号与企业标语 建立品牌定位步骤四：与形象一致的制作物与公关活动 建立品牌定位步骤五：品牌沟通第五章 品牌与市场 大市场vs.小市场 到海外打品牌 北欧小国的大品牌 小国和地区的品牌策略 韩国的品牌经验 台湾品牌与大陆市场第六章 品牌与营销 成功的国际化营销关键 渠道 渠道商的角色 产品到哪儿去了 选择一个好配销商 如何管理配销商 品牌与预算 什么是好的营销故事第七章 品牌与代工 台商永远的悲哀 当OEM和OBM冲突时 国际授权的品牌 多品牌、次品牌与品牌分工 使用品牌的策略 三个台湾成功品牌的故事第八章 宏与明基的品牌故事 小舞台也可以打品牌 宏的品牌路 宏的品牌策略 宏的品牌优势 宏品牌对台湾的意义 快乐科技BenQ 明基的品牌路 两种模式 BenQ的挑战 台湾品牌怎么走

<<全球品牌大战略>>

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>