

<<软传播>>

图书基本信息

书名：<<软传播>>

13位ISBN编号：9787513616201

10位ISBN编号：7513616205

出版时间：2012-8

出版时间：中国经济出版社

作者：石章强

页数：282

字数：238000

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>

<<软传播>>

内容概要

时代在变，新的商业形势、新的品牌传播环境下，硬广告、大投入的时代一去不复返了。

在这种背景下，如何让你的品牌有传必播？

如何让你的品牌低成本高绩效地实现大传播？

如何让奢侈的品牌大战不再奢侈？

如何避免并解决硬性的、强制性的硬宣传、硬广告的弊端？

本书在分析研究大量真实案例的基础上，提出了“软三非”“软三式”“软三化”的

“三软法则”，针对各种类型的品牌分析了多种软传播的实现载体和形式，以案例为载体，用事实说话，为品牌打造品牌传播力的最高境界。

<<软传播>>

作者简介

石章强工商（公共）管理领域的品牌研究、传播和营销咨询实践者；锦坤文化发展集团创始人、锦坤品牌研究院执行副院长；数十年营销、管理及咨询经历，服务了上百个国内外知名品牌、组织和机构，多家集团和城市首席营销顾问、上市公司独立董事。

先后首创“对标”“混合”“热产品”“软传播”“新坐商”“易模式”等战略、管理、营销思想与方法，著有《对标》《混合理论》《企业过冬》《企业下乡》《热产品》《软传播》《新坐商》《易模式》等畅销专著。

<<软传播>>

书籍目录

序一（唐骏）

序二（刘旗辉）

序三（赵曙明）

再版序言（石章强）

第一章 为什么是软传播

第二章 如何传播才算软

第三章 让你的品牌软起来

第四章 软传播的实现载体和形式

第五章 锦坤软传播成功经典案例

参考文献

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>