

<<品牌制胜>>

图书基本信息

书名：<<品牌制胜>>

13位ISBN编号：9787801972507

10位ISBN编号：7801972503

出版时间：2005-6

出版时间：企业管理

作者：李虹

页数：246

字数：160000

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>

## <<品牌制胜>>

### 内容概要

企业品牌战略的实质，就是通过企业一系列的努力，在顾客心目中树立起良好的企业形象，获得顾客对产品和企业的认可及忠诚。

本书本着简单、实用的原则，把复杂的品牌战略理论化成三个步骤，“三步曲”概括品牌建设这一过程的三个阶段：第一阶段是以信息传播和提高知名度为主的阶段，让消费者知道企业的品牌，这只是最基本的一步；第二阶段是以企业的产品或服务为基础，通过提升顾客满意度，建立他们对品牌的信任；第三阶段是品牌建设的最高阶段，是企业通过自己的行为，建立起品牌与顾客之间的情感关系，获得他们的文化认同。

一旦顾客开始哲学企业的品牌，就表明品牌已经成功地在顾客的心中扎下了根——他们不仅可以成为忠诚的顾客，而且还会成为这个品牌的支持者和品牌价值的传播者。

品牌建设是一个长期积累的过程，既需要科学合理的战略安排，更需要企业经营者持续不断的努力才能实现。

## <<品牌制胜>>

### 作者简介

李虹，1964年生。

主要研究领域为企业战略和企业文化，因为善于从思维方式以及方法论的层次，研究和解决企业问题，被许多企业称为“企业教父”。

由于长期担任企业战略顾问，从事企业培训和案例教学工作，有丰富的企业理论和实战经验。

现为北京大学光华管理学院中

## <<品牌制胜>>

### 书籍目录

确定产品目标组合进行个性化的品牌定位塑造品牌个性化形象选择理想的品牌传播方式让品牌具有“文化”让顾客信任你的品牌让品牌完善起来让品牌具有魅力对品牌进行有效的管理让顾客欣赏你的品牌提升品牌投资效率创造品牌神话提升品牌战略品质让品牌获得社会尊重选择最有效率的品牌模式当心品牌建设误区规避企业品牌风险形成合理的品牌结构创造你自己的品牌故事

<<品牌制胜>>

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>