

<<品牌时代>>

图书基本信息

书名：<<品牌时代>>

13位ISBN编号：9787802072329

10位ISBN编号：7802072328

出版时间：2005-4

出版时间：经济管理出版社

作者：年小山

页数：157

字数：167000

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>

<<品牌时代>>

内容概要

本书阐述了品牌及其内涵。

在现代市场经济条件下，品牌是企业生存与发展的法宝。

那品牌是怎样炼成的？

什么是品牌？

谁该做品牌？

怎样策划品牌、营销品牌？

书中将告诉读者相关知识，并介绍了企业怎样自测你的品牌、怎样为企业设计形象、如何给“组织”命名、品牌如何定位及营销等内容。

<<品牌时代>>

书籍目录

- 1、品牌是怎样炼成的 1.1 关于品牌的一次争论 1.2 品牌操作不是上帝掷骰子 1.3 什么是品牌？
 - 1.4 谁该做品牌？
 - 1.5 品牌是主动做出来的 1.6 品牌、策划及营销
- 2、品牌，无所不在 2.1 暗含在民族、国家中的品牌存在潜规则 2.2 军队的品牌文明 2.3 宗教带来的品牌思考
- 3、自测你的品牌 3.1 自测精神属性 3.2 物质属性 3.3 自测价值观与目标 3.4 品牌是一种经营模式 3.5 品牌是市场购买的主体 3.6 品牌是对自身产权的经营 3.7 品牌是社会生产力的反映 3.8 品牌具备一定特殊品质、稳定性并实行某种标准，经得住一定时间与实践的考验 3.9 品牌是由精神、物质、行为三者有机融合的统一整合体 3.10 品牌是一门艺术 3.11 科学品牌的构成——融精神、物质、行为于一炉 3.12 自测你的品牌结构 3.13 自测品牌物质系统及其结构 3.14 自测品牌行为文化系统及其结构 3.15 品牌是市场发展的必然结果
- 4、作为企业的经营者，您是否为自己的企业设计过形象？
 - 4.1 形象“黑洞” 4.2 最划算的投资——品牌视觉开发设计 4.3 导入品牌的契机 4.4 做一个什么样的品牌——国际化？
 - 民族化？
- 5、如何给企业命名
- 6、资金是决定品牌化经营的决定性因素吗？
- 7、品牌操作模型——实现品牌化经营战略的必由之路
- 8、完善你的品牌管理手册
- 9、品牌特征、品牌定位、品牌营销
- 10、城市品牌策划
- 11、关于旅游区品牌
- 12、案例凉影

<<品牌时代>>

章节摘录

品牌不是时间磨出来的，也不是广告吹出来的，企业必须先做好自己该做的事情，然后再去和市场对接，最后引导市场走。

品牌的最终形成，是市场消费者自发认可的过程，这没错。

但是，还有一个最关键的问题没被提出来，那就是我上面说的：企业作为第一信息发出者，你没有足够的东西发布出去，根本就无法回收应得到的反馈，品牌声誉的积累只能是一句空话，这种认识仍然是对传统品牌形成过程的认识，而不是对科学品牌的认识--让上帝帮你掷骰子，你只能被动地靠运气。

自己动手构建品牌江山则是让命运掌控在自己手里，如果说三分天注定，七分靠打拼的话，也至少有七分胜算。

品牌操作系统涵括了企业必须完善的十余个环节，这些环节都是操作一个品牌时必须高度重视的，缺失了就会招致损失，就要交"学费"，付出巨大代价，这是经过实践并反复验证过的。

但品牌系统操作并不是泛泛而做，在此基础上整合出核心能量是真实目的。

品牌是做出来的，是通过科学的操作模式整合出来的，成功的品牌拥有浑然天成的生态性，极易为人们接受。

娃哈哈就挺典型--一个细分子市场定位极准，先拿下，稳扎稳打，从儿童营养液、食品向外逐步延伸，它的特点是企业和产品品牌都不偏废，一块儿做。

相比起来，有些行业里如保健品，就是做单品的居多，为什么？一个产品倒了、臭了再淘新产品的金，他们不重视企业品牌，这导致整个行业不成熟。

如果哪家想通了，率先发力做企业品牌，会有大收获。

如果说21世纪企业界有什么划时代的新动向的话，靠科学操作模式创造品牌，这恐怕是最值得关注和投资的一件大事。

<<品牌时代>>

编辑推荐

品牌不是时间磨出来的，也不是广告吹出来的，企业必须先做好自己该做的事情，然后再去和市场对接，最后引导市场走。

让上帝帮你掷骰子，你只能被动地靠运气。

自己动手构建品牌江山则是让命运掌控在自己手里。

什么是上帝掷骰子，就是弄一家企业，搞一个产品，人家卖你也跟着卖，有些维持几年就不行了，有些竟百年不倒，这就是上帝掷骰子的结果。

科学的品操作范式，不是靠上帝之手掷一次骰子，然后在风里雨里自己练，而是凭你的能力设计你能完成的任务，并非碰着来。

它要把你必需要补充的东西整合到你的躯体里，而不是在市场的东拼西撞中摸索经验，然后再逐步“完善”自己。

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>