

<<60分钟品牌战略>>

图书基本信息

书名：<<60分钟品牌战略>>

13位ISBN编号：9789861773155

10位ISBN编号：9861773150

出版时间：2009年11月27日

出版时间：晨星

作者：伊卓里斯·穆提, Idris Mootee

译者：吕奕欣

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>

## <<60分钟品牌战略>>

### 内容概要

#### 作者序

我原本沒有寫這本書的打算，最初的版本是採用我在「進階品牌研討會」的投影片，所以我試著想保留投影片的樣貌與質感，好讓讀者一再參閱。

這次的修訂版已經以四種語言版本推出，並加上許多文字，以方便沒有參加研討會的讀者閱讀。

這本書只談一件事情：打造品牌（branding）.....打造品牌的執著。

這本書談論品牌的一切，也只談論品牌。

就這樣。

在這個以思想觀念主導的經濟階段，唯一能維持不墜地位的方式，就是擁有品牌領導地位。

大家常常問我：我們需要品牌策略嗎？

品牌策略是一項通盤計畫，將你做什麼，以及你和別人有什麼不同或優勢，傳達給目標市場。

如果你和十個競爭者排排站，你的顧客要如何選擇和誰做生意？

品牌已經存在了，無論你知不知道。

品牌存在於你員工的知識、專長、服務與專業表現；在你的產品與品質；在你的行銷手冊與名片中。

品牌的從你介紹自己的方式開始，延伸到你希望如何對待顧客的方式。

只要你願意，你永遠可以擁有有趣的廣告口號。

但是品牌談的是如何創造差異、管理意義、提出承諾、建立信任、有效溝通、信守承諾。

本書會告訴你達成這些事情的方法。

穩健的品牌策略須囊括：發展品牌願景、品牌承諾、品牌識別、品牌定位宣言、品牌架構、形象 / 主題測試，這全都須以量化與質性的市場研究來驗證。

全球最成功、最有價值的品牌都運用這些技術。

然而，你在商業雜誌上幾乎讀不太到這些觀念。

為什麼？

簡單來說，這可是「商業機密」。

如果品牌工具與策略運用得當，就是強大、具有競爭力的武器，在理性與情感層面都能打動顧客，並一再在競爭中勝出。

當然，理論唯有用得上才算好，因此我會加入許多實例，盡力讓打造品牌的過程生動。

每一位廣告主管與品牌經理人的辦公桌上都應該要放這本書，因為這本書不僅可閱讀，還具有啟發性，可以當成備忘錄，也是一套可以用來當作參考的工具。

理想狀況下，這本書應該買兩本。

不，這本書並不是行銷洗髮精，一瓶洗、另一瓶潤絲。

你應該一本隨時攜帶，在上面作筆記，寫下你的想法並在日常工作中應用。

第二本則是給你的主管，並請他也這樣做。

我建議，幾週之後你們互相交換，看看對方的那本書。

拜託拜託，別把這本書放在書架上，就算放在廁所也比較好，因為你每天都會在那兒待上幾分鐘。

如果有一天你拿著一本來找我，書頁摺了角、翻得破破爛爛，沾了星巴克咖啡、上面滿是你的註解和繪圖，那麼我會很高興。

我選擇盡量不用註釋，這不是因為沒必要，而是希望能保留某種企業精神。

我的目的是強迫、刺激、授權你當品牌策略者。

我希望這本書能引起共鳴回應。

在整本書中，我納入許多能啟發人的懷疑想法，以挑戰品牌運作的成見。

希望你能找到對你個人的啟發，更重要的是在工作上能用得上。

<<60分钟品牌战略>>

非常希望能聽到你如何將這些觀念應用到工作上，請寄到我的電子郵件信箱  
： [imootee@ideacouture.com](mailto:imootee@ideacouture.com)

## <<60分钟品牌战略>>

### 作者简介

伊卓里斯·穆提 Idris Mootee

#### 經歷

企業策略顧問，在策略行銷方面的專長深獲肯定。

他對消費者生活型態與品牌參考的洞見廣為人知，擔任行銷策略顧問擁有25年的經歷，曾與財星五百大企業與中型成長企業合作。

他經常在執行人員簡報與客座演講上，談論行銷的新觀念。

#### 著作

《逃離速度》（Escape Velocity）

《高強度行銷》（High Intensity Marketing）

#### 學歷

擁有管理科學碩士學位與企管碩士學位

<<60分钟品牌战略>>

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>