

# 《品牌成长的非常6+1》

## 图书基本信息

书名：《品牌成长的非常6+1》

13位ISBN编号：9787504456359

10位ISBN编号：7504456357

出版时间：2006-5

出版社：中国商业出版社

作者：嵇万青

页数：276

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《品牌成长的非常6+1》

## 内容概要

随着中国市场经济的日益发展和日趋活跃，品牌——这个经济社会中最重要的元素越来越受到前所未有的关注和重视。一方面，许多老品牌经过一段时间的发展之后，主观上开始有了走出“以小聪明取巧”的阶段，进入“以大智慧取胜”的境界的需求。特别是那些在发展中处于瓶颈期的品牌，更是急于找到品牌成长的最本质，最规律的内涵，以便尽早走上“正途”，回归正常的成长之路。另一方面，每一天又都有许多的新品牌在诞生，如何让他们一上来就摸到正确的“门路”，而少走，甚至不走弯路、岔路；如何让他们一下子就抓到事物的本质，而避免长时间徘徊在低水平之中；如何让他们从此就一直循着品牌成长的规律平稳前进，以最大限度地减少企业为之付出的成长代价，这一切都已经是摆在全社会面前的重要课题。本书内容翔实，涵盖品牌成长中的三大基本要素——产品、市场、顾客，并对其各自的重要环节及其具体的实施步骤进行了深入浅出的，全面细致的阐述和分析，基本能够做到一书在手，品牌成长的全方位都能了然于胸。此外，理论与实践相结合也是本书的一大特点。从整体上看，既有最新理论指导性的部分，又在产品篇、市场篇、顾客篇中每一“关”的最后都以一个与之相应的经典案例予以佐证，同时又有国内6家知名企业的成功营销实战案例；从局部上看，在每一个理论部分中，都穿插了大量的新鲜的，具体的，正反两方面的案例。为了进一步愉悦广大读者的阅读，本书采用了巧妙新颖的编排形式，在产品篇、市场篇、顾客篇每一部分中都要去“挑战”由6大环节构成的6大关隘；每一“关”的最后都要以一个与之相应的经典案例予以佐证，即一个个世界知名企业正是因为在这点上的成功，才使品牌突破了成长瓶颈，实现了跨越发展，故而我们称之为“一剑封喉”；此外，对于每一个环节中具体的实施步骤，我们以“攻关秘笈”和“锦囊”的形式列出，使其与“挑战第X关”相呼应。作者长期主持国内著名企业的品牌建设，对企业品牌成长的具有独到的见解和丰富的经验，相信会给大家一些启迪和帮助。

# 《品牌成长的非常6+1》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)