

# 《尖子品牌》

## 图书基本信息

书名：《尖子品牌》

13位ISBN编号：9789861572925

10位ISBN编号：9861572929

出版时间：2006年

出版社：麦格罗希尔出版公司台湾分公司

作者：法兰西斯·凯利三世,巴利·席沃史坦

页数：310

译者：李芳龄

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)

# 《尖子品牌》

## 内容概要

市场上品牌泛滥，消费者已经到了无法区别的地步，甚至连品牌业者也苦於无法再造轰动突出的品牌。

作者认为，造成品牌疲乏的原因是，以往业者常用疲劳轰炸式的推销讯息，已经让消费者反感、排斥。很多人一定有这种经验，看到广告，转台，收到DM直接丢到垃圾桶，连电话和电子信箱都设定为过滤广告的功能。消费者完全没有机会、也不想接触到任何推销讯息。由此可知，没有任何品牌讯息渗入消费者的思考，影响消费者的购买行为。

本书深入探究在新品牌激增和无穷的品牌延伸下，如何成为尖子品牌？以及尖子品牌执行广告、包装与促销的成功手法。我们相信，聪明的品牌营销者必须使用新的策略和战术，才能在品牌灰海中脱颖而出，成为品牌中的尖子。

# 《尖子品牌》

## 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)