

《《正能量营销——让伟大品牌的成功》》

图书基本信息

书名：《《正能量营销——让伟大品牌的成功秘诀为你所用》》

13位ISBN编号：9787111448030

出版时间：2014-1-1

作者：廖恒

页数：178

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

《《正能量营销——让伟大品牌的成功》》

内容概要

正能量营销的开山之作！

对！绝对秘密！谷歌、微软、可口可乐、苹果……全球品牌10强的品牌精神都充满正能量。

“世界上最好的工作大堡礁看护员”全球50强余莹作序并推荐！

可口可乐的“开启快乐”、奔驰的“惟有最好”、通用电气的“梦想启动未来”……没错，无一例外，伟大品牌的品牌精神都是满满的正能量。要想成就一个成功品牌，正能量的精神内涵是不二的选择

。本书介绍了企业如何通过正能量营销传递出品牌的精神内涵，进而成就自己的品牌。本书开创性地提出了“八大正能量营销点”积极的心态、梦想的指引、快速的行动、不懈的坚持、感恩、爱、给予、合作，并通过具体的案例讲述了如何在这八点中挑选适合自身品牌特点的切入点。本书最后从企业发展战略的高度，提出了正能量营销将成为企业成功的新方法，为企业发展提供新动力，并在未来保持极好的发展态势。

本书作为正能量营销的开山之作，无论是从理论还是实操的角度，都极具开创意义，非常适合想全面系统了解正能量营销的营销人员，对企业制定品牌战略和产品策略也有很强的借鉴作用。

《《正能量营销——让伟大品牌的成功》》

作者简介

廖恒，有料先生，新生代网络营销人，8年媒体与营销从业经验，百个营销项目实战历练，获得过包括长城奖与艾菲奖在内的14项顶级营销大奖。廖恒专注实战，其著作《引爆关注——网络营销一线战记》被誉为网络营销实战必读书。《引爆关注》还创新地提出了网络营销实战中的“引爆关注”理论，即任何网络营销，都要首先引爆关注，而不是直接从目的出发。因为这一理论颠覆传统，该书一推出，便引发业界强烈关注。

《正能量营销——让伟大品牌的成功秘诀为你所用》是廖恒的又一力作，该书是正能量营销的开山之作，构建了正能量营销的理论与实战体系。廖恒本人推崇从用户的正能量精神需求出发策划营销战役，实施过多个正能量营销项目，其中，“中国即客”项目作为精神营销的代表，被《新周刊》评为2011年“年度10大营销案例”。

书籍目录

序

自序

第1章 正能量营销伟大品牌的绝对秘密

1.1 正能量营销的魔力

1.1.1 什么是正能量营销

1.1.2 正能量营销能满足人的高级别精神需求

1.1.3 正能量营销是企业社会责任的体现

1.2 正能量营销与品牌打造

1.2.1 正能量营销成就诸多国际品牌

1.2.2 中国品牌该如何发力正能量营销

第2章 “我角度”的正能量营销

2.1 正能量营销点一积极的心态

2.1.1 积极的心态是正能量的基础

2.1.2 具体的营销出发点

1. 热情

【案例2-1】智联招聘：做个职场抬头族

2. 自信

【案例2-2】聚美优品：我为自己代言

3. 渴望

【案例2-3】耐克：活出你的伟大

4. 快乐

【案例2-4】冰纯嘉士伯，不准不开心

2.2 正能量营销点二梦想的指引

2.2.1 梦想是正能量的源动力

2.2.2 具体的营销出发点

1. 要有梦想

【案例2-5】Johnnie Walker助阵伦敦残奥 用缺失突显要有梦想

【案例2-6】方正金融：每一个微小梦想，我们都会力相帮

2. 要敢梦想

【案例2-7】Dream Big：华硕校园精英计划

2.3 正能量营销点三快速的行动

2.3.1 一切正能量都需要行动来实现 69

2.3.2 具体的营销出发点 71

1. 用行动实现梦想 71

【案例2-8】“有梦想，就行动”联想乐Phone 百日掀起全球即客热潮

2. 用行动改变现状

【案例2-9】多乐士：一百万个多彩开始

2.4 正能量营销点四不懈的坚持

2.4.1 坚持是正能量的保障

2.4.2 具体的营销出发点

1. 坚持是行动的延续

【案例2-10】中国即客：有梦想，就行动，更要坚持

2. 坚持就要坚持到底

【案例2-11】联想智能手机P700：与C罗一起拼到底

第3章 “他角度”的正能量营销

3.1 正能量营销点五感恩

3.1.1 感恩是激发他人正能量的最基本行为

3.1.2 具体的营销出发点

1. 感恩于人

【案例3-1】宝洁：感恩妈妈，从说感谢开始

【案例3-2】DQ冰雪皇后70周年“感谢有你”

2. 感恩于社会

【案例3-3】三星人寿：让“自杀大桥”变“生命之桥”

3.2 正能量营销点六爱

3.2.1 爱能催生难以估量的正能量

3.2.2 具体的营销出发点

1. “爱”拥有无穷的魔力

【案例3-4】英特尔：世界没有陌生人

2. 爱要用行动表达

【案例3-5】台湾高铁催泪广告：你有多久没回家了？

3.3 正能量营销点七给予

3.3.1 给予是催生正能量的跨越

3.3.2 具体的营销出发点

1. 给予是一种伟大

【案例3-6】背奶妈妈小小空间，大大的爱

2. 给予成就他人

【案例3-7】耐克：把球给我

3.4 正能量营销点八合作

3.4.1 合作是激发他人正能量的最高表现

3.4.2 具体的营销出发点

1. 信任是合作的基础

【案例3-8】国美：被信任是一种快乐

2. 共赢是合作的目的

【案例3-9】宋河，共赢天下

【案例3-10】华夏银行“融资共赢链”：用成果传递共赢正能量

第4章 正能量营销点选择七大法则

4.1 具体单一凸显个性

4.2 适合目标用户最能满足需要

4.3 从特性出发与产品或服务结合

4.4 满足社会需要巧妙借势

4.5 与企业价值观相符保持步调一致

4.6 支持商业目标形成良性循环

4.7 可长期坚持才有效果

第5章 正能量营销将成为企业成功的新方法

5.1 实现社会责任赢得发展新动力

5.2 正能量精神内涵实现品牌提升

5.3 情感细分把用户的心抓得更紧

《《正能量营销——让伟大品牌的成功》》

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