

《凯洛格商学院品牌防御课》

图书基本信息

书名：《凯洛格商学院品牌防御课》

13位ISBN编号：9787506077256

出版时间：2014-10-1

作者：[美] 蒂姆·卡尔金斯 (Tim Calkins)

页数：280

译者：钱峰

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

《凯洛格商学院品牌防御课》

内容概要

编辑推荐

你正在遭受威胁！

当你读到这本书的时候，世界各地的人们正在探索新的思路，想尽一切办法挤进你的行业，并梦想制定出能够抢占你市场份额的计划。不管大公司还是小企业，都在致力于创新和雇佣富有创造力的团队成员，从而更好地专注于如何为其市场带来突破性的新概念。人们每年都会向市场投放成千上万的新产品，假如你今天尚未面临重大的新的竞争威胁，那么明天你将很快就会遇到。

这是一本“陷对手品牌于死地”的秘笈。

《凯洛格商学院品牌防御课》并不是一本关于创新和强势品牌的书籍，实际上，它是一本有关市场营销神秘艺术的实用指南。

这本书将告诉你如何在面临竞争袭击时生存下来，甚至让你的业务蓬勃发展。它将展示如何利用系统性方法抵挡眼前的威胁，进而保护你的市场份额。在这里，我们要强调：最成功的防御却能迫使竞争对手退出市场，甚至他们还会因此而破产！

最后请注意：不要让任何对手看到这本书在你的书架上。

《凯洛格商学院品牌防御课》

作者简介

蒂姆卡尔金斯 (Tim Calkins)

美国西北大学凯洛格商学院市场系教授。

蒂姆卡尔金斯曾在卡夫食品公司 (Kraft Foods) 工作十多年，目前除授课外，仍在为世界各地的大公司解决营销策略和品牌方面的问题，同时担任营销战略公司五级咨询公司 (Class 5 Consulting) 总经理一职。著有《突破营销计划》(Breakthrough Marketing Plans)，参与编辑了《凯洛格品牌论》(Kellogg on Branding)，蒂姆的言论经常被《商业周刊》、《新闻周刊》、《英国金融时报》、《华尔街日报》和《纽约时报》等主流媒体所广泛引用。

书籍目录

01

绪论

重要的说明

防御战略的力量

为什么防御战略至关重要

看不见的手

防御战略的神秘艺术 /

法律的意义是什么

如何使用本书

02

威胁

一个伤感的企业故事

面对威胁

新产品成功

防御经济学

动机上的差异

防御和增长

最好的防御就是最好的防御

03

财务上的挑战

一切都是关于钱

问题1：他们看到了什么

问题2：我们如何摧毁他们的财务

放慢财务动力

记住，数字第一

04

认识你的敌人

从最基本的开始

了解4P

销售量的来源

理解动机

是谁在攻击我

其他重要的信息

挑战

05

竞争情报

挑战

在哪里找寻竞争情报

保持开放，等待惊喜

法律和道德界限

使用信息

永不终止的任务

06

关键性问题

是否防御

防御的理由

不防御的理由

错误的理由

你的短期回报将受到损害

许多公司防御过少、防御过晚

观望并等待

关键性问题

07

防御计划

迅速行动

选好自己的位置

接受不确定性

保持灵活性

团结团队

设定正确的目标

让财务数据自己跟随

不要追求完美

限制住对现有业务的损害

考虑竞争对手的反应

关注行动

号召

08

阻止产品发布

阻止产品的发布

最好的防御

09

阻断分销渠道

阻断分销渠道的力量

阻断分销渠道的方法

警告

10

限制知名度

新产品，什么样的新产品

阻止并限制

发布类似的消息

11

阻止试用品

如果你能消灭新产品的试用，你就消灭了新产品本身

限制试用品的方式

最主要的战役

12

向重复购买开战

阻止重复购买

推出一种类似产品

需要避免的情况

13

永不终止的防御

防止攻击

夯实基础

永远都不要停止防御

14

《凯洛格商学院品牌防御课》

创新者的防御战略

计划防御

抵抗防御

保护信息，快速行动

仔细选择你的战略

产品投放之后：准备防御

15

关于竞争法则的告诫

实际情况

合法行为

建议的做法

处理法律的不确定性

致谢

《凯洛格商学院品牌防御课》

精彩短评

1、竞争策略的重点就是，不用活成最好，只要比对手好就行。

《凯洛格商学院品牌防御课》

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