

# 《创业创品牌：创业企业先发制人总

## 图书基本信息

书名：《创业创品牌：创业企业先发制人的9大方法》

13位ISBN编号：9787111551494

出版时间：2016-11

作者：杨凯恩,阿迪力

页数：212

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)

# 《创业创品牌：创业企业先发制人总

## 内容概要

创业就是创品牌

只要提供更好的产品就能胜出竞争吗？

在两台一模一样的空调上分别贴上格力和美的的标志，他们依然选择贴有格力标志的那台空调，消费者认的是品牌而不是产品。格力比美的拥有更好的空调吗？或许是的，但普通的消费者如何判断？更多消费者选择格力是因为“格力是空调第一品牌”。

企业和消费者的逻辑恰好相反，企业认为更好的产品就可以卖得更好，而消费者认为卖得更好的才是更好的产品。

如果你还认为更好的产品可以赢得竞争，那你可能永无出头之日。

产品好只是基本要求，但你别指望拥有好产品就能成功，你需要学会如何创建成功品牌。

## 作者简介

杨凯恩

创业企业品牌战略导师

2009年，杨凯恩进入深圳市聚成企业管理顾问有限公司，担任企业培训顾问。2011年，杨凯恩正式进入品牌营销行业，先后担任南昌旭辉传媒有限公司广告经理、南昌智立方营销策划机构创始人兼策划总监、广州弗洋品牌策划有限公司策略总监及北京天策行品牌顾问有限公司项目总监等职务。现担任中国切糕领导品牌切糕王子、进口葡萄酒网上商城9号仓库及中式简餐连锁小女当家的品牌战略顾问。

杨凯恩提出“创业就是创品牌”的观点，将品牌创建提升到企业战略的层面，终身使命是帮助100家创业企业创建起成功的品牌！

阿迪力·麦麦提吐热

切糕王子创始人、董事长

大学时，阿迪力以“为切糕正名”的初心与两位同学一起创业在淘宝上卖切糕，成就中国切糕第一品牌——切糕王子。阿迪力获得“中国青年五四奖章”，被评为“全国民族团结进步模范个人”“中国好青年”“CCTV2014年度三农人物”“感动新疆十大人物”及“新疆青年创业大使”，现担任全国大学生创新创业联盟常务理事及湖南省大学生创新创业联盟副理事长。

## 书籍目录

序言 创业就是创品牌

第1章 创业企业的品牌机会 // 1

- 1.商业的分化 // 2
- 2.消费需求的多样性 // 4
- 3.互联网的大机遇 // 5
- 4.创业者的自身优势 // 7
- 5.大企业的失误 // 9

第2章 成功品牌的真谛 // 11

- 1.品牌与商标 // 12
- 2.消费者的心智模式 // 17
- 3.品牌二元法则 // 20
- 4.品牌背后的关键力量 // 22
- 5.品牌价值的决定因素 // 23
- 6.强势与弱势品牌 // 24

第3章 创建品牌的七大误区 // 27

- 1.更好的产品就能赢吗 // 28
- 2.创品牌还是卖产品 // 31
- 3.能满足顾客需求就够吗 // 32
- 4.提升知名度就能促进销售吗 // 36
- 5.创建品牌就需要做广告 // 37
- 6.品牌就是一个形象或理念 // 38
- 7.品牌延伸可以利用品牌资产 // 40

第4章 创建成功品牌的最佳机会 // 43

- 1.开创一个新品类 // 46
- 2.开创新品类的管理学依据 // 49
- 3.品类的基本类型 // 50
- 4.对品类的重要认识 // 52
- 5.开创新品类的疑问 // 55
- 6.开创新品类的九大方法 // 58

第5章 创建成功品牌的十大要点 // 81

- 1.为新品类命名 // 82
- 2.为新品类定位 // 84
- 3.取一个好的品牌名称 // 92
- 4.给品牌设计一个独特的视觉符号 // 98
- 5.聚焦一款产品 // 112
- 6.界定原点人群 // 116
- 7.确定原点市场（线下市场） // 118
- 8.聚焦原点渠道 // 119
- 9.采用公关方式启动新品牌 // 121
- 10.投入时间和耐心 // 123

第6章 如何做好品牌经营 // 125

- 1.推广新品类 // 126
- 2.防止品牌风尚化 // 127
- 3.保持聚焦 // 130
- 4.谨慎促销 // 142
- 5.用好公关 // 149
- 6.做好广告 // 151

7. 容纳竞争 // 152
8. 重新定位 // 153
9. 进化品牌 // 155
10. 分化品类 // 157
第7章 最重要的品牌法则 // 159
1. 成为第一 // 160
2. 差异化 // 164
3. 聚焦 // 166
第8章 明确互联网品牌战略 // 175
1. 何为互联网品牌 // 176
2. 互联网的商业价值 // 177
3. 如何明确互联网品牌战略 // 178
第9章 互联网品牌的创建之道 // 181
1. 极度聚焦 // 182
2. 明确的差异化 // 184
3. 取个好品牌名 // 187
4. 用好公关传播 // 190
5. 谨防掉进低价的陷阱 // 192
6. 谨防掉进品牌延伸的陷阱 // 193
参考文献 // 196
后记 // 197

# 《创业创品牌：创业企业先发制人总

## 精彩短评

- 1、《创业创品牌》是一本内容简单却内涵很深的书籍，它用简明扼要的语言、图文并茂的排版为我们创业者们阐述了什么是成功品牌及如何创建一个成功品牌，很有道理，很实用，受益匪浅！很爱凯恩老师，我是一叶知秋，希望凯恩老师看到（害羞）
- 2、以前，我对品牌的理解是一个知名商标或独特的品牌形象，现在看了这本书才恍然大悟，原来真正成功的品牌应该是一个品类的代表，就像格力代表空调，iPhone代表了高端智能手机。
- 3、《创业创品牌》是我读过的最实在的书，通俗易懂，简单实用，非常在理，适合在创业或想创业的亲们学习！

# 《创业创品牌：创业企业先发制人总

## 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)