

《创品牌》

图书基本信息

书名：《创品牌》

13位ISBN编号：978711155051X

出版时间：2016-10-1

作者：蒋晓东,宋永军

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

《创品牌》

内容概要

“互联网+”时代，我们忽然发现：品牌进入微时代！过去是三十年河东三十年河西，现在是三年河东三年河西，在这个移动互联网拆墙、跨界、穿越时空的时代，传统品牌打造的“三板斧”已然失效，出现了“砸广告不见效，找代言跑偏调，铺渠道作用小”的尴尬局面。人们彰显个性、注重人性、追求调性，品牌向小众化、个性化、社交化、专属化（私人订制）的方向发展。在微时代，人人都是自媒体，因此人人可做自品牌，再小的个体也有自己的品牌！3年多来，我们挖掘提炼的大量品牌案例，无不体现着微品牌同样有做成强品牌和好品牌的潜力。在微时代，少即是多，小而美，胜过大而全！这个世界唯一不变的就是变！

书籍目录

推荐序1 微时代品牌长什么样

推荐序2 创品牌

前言

第一部分 微时代的品牌转型

第1章 传统品牌的前世今生

第1节 传统品牌打造回顾

第2节 传统品牌建设按部就班的十二个着力点

第3节 传统品牌打造的主要手段和方法

第4节 传统品牌打造目前面临的瓶颈

第2章 微时代品牌发展的趋势和路径

第1节 传统品牌向互联网转型的八大趋势

第2节 微时代品牌的打造与传统的区别

第3节 微时代品牌新动态和未来的前景展望

第二部分 微时代的品牌打造

第3章 移动互联网时代，产品品牌如何打造

第1节 微时代，品牌打造的六大核心发力点

第2节 好产品自己会说话

第3节 好品牌自己会传播

第4节 好模式自己会拓展

第5节 如何找到引爆点，让品牌快速落地

第4章 社群自组织品牌打造

第1节 社群出现是发展的必然

第2节 微时代自组织品牌成长之道

第3节 微公益众筹自组织品牌打造

第5章 个体自品牌打造

第1节 再小的个体也有自己的品牌

第2节 个体品牌打造的“六大秘诀、十八般武艺”

第6章 微时代，“大众创业”个体品牌的金色未来

第1节 大众创业“个体自品牌”显身手！

第2节 大众创业“人皆品牌”，大学生创客大有可为！

第三部分 微时代的品牌传播

第7章 微时代，品牌快速传播的辅助工具

第1节 微信：无微不至，无信不立

第2节 微博，无博不广

第3节 微营销平台：见微知著，以小博大

第4节 创新、创业微品牌打造的四大工具

结语

附录 互联网前沿品牌名录

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