

《品牌营销全解析》

图书基本信息

书名：《品牌营销全解析》

13位ISBN编号：9787541673542

10位ISBN编号：7541673544

出版时间：2013-8-3

出版社：云南科学技术出版社

作者：刘丹

页数：206

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

《品牌营销全解析》

内容概要

《品牌营销全解析》介绍：品牌必须关注社会，关注人性，这是刘丹先生的基本立场。他从研究社会消费分层和社会消费心理入手，洞悉消费者心智，掌握消费者的认知模式和行为模式，为品牌营销提供基础性支撑与精准性路径。在对品牌的深入研究和实践操作中，形成了自己的品牌构建基本哲学和方法论，创建了一整套先进高效的品牌系统分析工具，通过其原创的“品牌价值版图定位模型”，“品牌形象识别界面模型”，“品牌资产增值管理模型”和“品牌核心价值沟通模型”等品牌营销工具，为企业品牌准确把脉，量身定制品牌营销战略，通过实现品牌的忠诚度，为企业赢得发展空间和溢价能力，使企业的品牌资产增值。刘丹先生来自品牌营销第一线，十多年磨砺实战的同时，勤于思考，积极地做着从实践到理论的升华。本书是其多年对品牌探索研究及实践经验交融的心血之作，有很多在品牌营销领域的独到见解，必将给众多企业品牌的管理者、营销者带来全新的思路与启迪。

《品牌营销全解析》

作者简介

刘丹，男，著名品牌管理专家，“品牌催眠术”理论创始人，“品牌话语权与竞争优势”学说开创者，从事品牌诊断、品牌定位塑造、品牌核心价值体系构建、品牌战略管理、品牌营销传播十五载，对品牌战略咨询有着大量成功案例和深厚理论功底，致力于本土品牌强势化、强势品牌国际化战略的探索与创新。

服务过的品牌涉及生物制药、金融、汽车、地产、烟草、服装、餐饮、快速消费品、旅游景区、政府机构、大型国企等行业。包括：红塔、红云、云南白药、滇虹药业、海王集团、万科地产、恒大地产、招商银行、华夏银行、吉利汽车、海马汽车、利郎、雅戈尔、特步、立白、小肥羊、谭鱼头、鲁花、茅台、云南红、昆明市旅游局、大理旅游集团、云天化、云内动力等。

书籍目录

序 作为催眠师的营销者

第一章 我买故我在

第二章 符号拜物教的崛起

第三章 品牌，科学与艺术

第四章 品牌定位

第五章 品牌个性

第六章 品牌形象

第七章 品牌联想

第八章 品牌核心价值

第九章 品牌关系

第十章 品牌整合营销

第十一章 话语权、品牌、竞争优势

《品牌营销全解析》

精彩短评

- 1、我读过的最好的广告文化书。经营生意者见其经济策略，关注现实者看到社会百态，热爱文学者可以享受其化繁为简，精准巧妙的文笔。
- 2、有才，值得一读！

《品牌营销全解析》

精彩书评

1、品牌是什么？我的回答肯定不会是教科书上的说法。品牌是一种权力机制。品牌是一种权力，它激发出消费者的尊敬与恐惧，进而产生一种服从。品牌是一种关系，一个错综复杂的系统，一个“权力场”。品牌通过特定的话语，特定的约束和特定的监督程序来实现自己的“权力场”，最终形成一种“符号暴力”来影响我们的日常生活。什么是“品牌营销”？品牌营销就是“谋杀”，用“符号价值”谋杀“使用价值”，谋杀的越彻底，“品牌营销”的工作就越成功。欢迎大家提问，我愿意回答一切关于“品牌”的问题。

《品牌营销全解析》

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