

《品牌竞争制胜之谋》

图书基本信息

书名：《品牌竞争制胜之谋》

13位ISBN编号：9787801187857

10位ISBN编号：7801187857

出版时间：1999-4

出版社：经济管理出版社

页数：326

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

《品牌竞争制胜之谋》

内容概要

这套《21世纪企业品牌实战通鉴》，借20世纪中外著名企业的经典范例、经营杰作，希望其成功的品牌经营之道、广告诱惑之诀、竞争制胜之谋、成名造势之路、资本运营之势等等能给广大的读者，特别是工商金融界人士以启发，为21世纪企业品牌实践予以通鉴参考。

《品牌竞争制胜之谋》

书籍目录

一、品牌竞争的弱肉强食 1. 物竞天择：适者生存 2. 优胜劣汰：社会进步之母 3. 竞争成因：供需矛盾 4. 品牌竞争：大鱼吃小鱼

二、品牌竞争的商家对头 1. 现有竞争对手的竞争 2. 潜在竞争对手的竞争 3. 替代产品的竞争 4. 购买者的议价能力 5. 供应者的争价能力

三、品牌竞争类型与规则 1. 竞争的类型 2. 现代公平竞争 3. 公平竞争规则

四、品牌竞争的技术领先战略 1. 品牌竞争技术领先战略的标准和要求 2. 技术领先战略对后来者居上的基本要求 3. 品牌技术领先战略的技术开发 4. 品牌技术领先与技术追随 5. 品牌技术领先者的产业位次对策 6. 微软品牌技术领先战略成功的秘密

五、品牌竞争的最低成本战略 1. 品牌成本领先战略的驱动因素 2. 品牌成本领先战略的成本优势 3. 品牌成本领先战略的制定 4. 品牌成本领先战略的实施

六、品牌竞争的差别优势战略 1. 品牌竞争中的差别优势 2. 品牌竞争差别优势的驱动因素 3. 品牌竞争差别优势战略的制定 4. 品牌竞争差别优势的持久性 5. 品牌竞争差别优势战略的实施 6. 富士胶卷的差别优势战略 7. 土星汽车差别优势战略获得成功

七、品牌竞争的规模扩张战略 1. 品牌规模扩张的一般模式 2. 品牌规模扩张的名牌效应 3. 品牌规模扩张的集团化发展 4. 品牌规模扩张的多样化发展 5. AMAX铝业公司规模优势战略 6. 日本味素的海外扩张 7. 格兰特盲目扩张战略的失败

八、品牌竞争的专一化服务战略 1. 品牌专一化服务的市场细分化 2. 品牌专一化服务中细分市场的吸引力 3. 品牌专一化服务优势战略的选择 4. 品牌专一化服务优势战略中的陷阱与机会 5. 办公大王公司专一化服务增强了竞争力 6. 任天堂公司专营儿童游戏机的奇迹

九、品牌竞争的企业形象战略 1. 品牌竞争中企业形象战略的构成要素 2. 美国式企业形象战略的特点 3. 日本式企业形象战略的特点 4. 中国特色的企业形象战略 5. 世纪末企业形象战略的发展趋势 6. 日本马自达的企业形象战略 7. 太阳神集团企业形象战略的启示 8. 乐凯公司以企业形象战略走向辉煌

《品牌竞争制胜之谋》

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