

《品牌风暴》

图书基本信息

书名：《品牌风暴》

13位ISBN编号：9787300086026

10位ISBN编号：7300086020

出版时间：2007-11

出版社：中国人民大学出版社

作者：威尔·默里

页数：196

译者：刘森尧

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

《品牌风暴》

内容概要

未来，你的顾客将面临着成千上万的新选择。

你的公司是否已经从情感上为引导和支持顾客消费做好了准备？

在将来的商业世界中，只有表现最佳的公司才能生存，而且必须是全力发展差异化品牌的公司。

本书创造了一种新的商务模式，对营销组合及品牌的定义进行了全新界定，这将有助于确定公司的灵魂，构建公司的品牌，并确保整个应用过程都能够得到监督、测量和审核。

本书将示范公司如何使员工成为蕴藏着无与伦比的价值、诚信、个性和差异化优势的源泉，使公司能够在变幻莫测、日益激烈的竞争中成为赢家。

本书关注企业的各个方面，并创造出企业全方位增长所信赖的独特品牌——企业所特有的DNA。

《品牌风暴》

作者简介

威尔·默里是默里团队(Team Murrav)的创始人。默里团队把对新思想的钟爱、对人本经济的理解与服务于顾客的热忱完美地结合在一起。在创立默里团队之前，威尔担任英国战略营销咨询机构“第四工作室”(the FOurth R00m)的“先锋官”，旨在帮助今天的你展望未来。

大学毕业后的威尔从最棘手的营销末端开始了职业生涯——为美国数家知名零售企业工作。后来威尔加入了英国电信公司，担任企业营销主管。

在担任安永公司营销总监期间，威尔毅然担负起公司创新的重任。

这些从业经历使威尔成长为一名世界级的、经验丰富、不断创新的“人际营销”大师。他对客户服务的内在信念，成为本书的灵感来源。

《品牌风暴》

书籍目录

场景一：创意 场景一之片段一 一个人一个声音 场景一之片段二 人本经济 场景一之片段三
风暴云 场景一之片段四 进行零售!否则破产 场景一之片段五 顾客关爱 场景一之片段六 公司
珈玛场景二：行动 场景二之片段一 灵魂 场景二之片段二 精神 场景二之片段三 生命力法
场景二之片段四 控制力场景三：梦想 一个环路 团队

精彩短评

1、只能说一般

《品牌风暴》

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