

<<如何打造第一品牌>>

图书基本信息

书名：<<如何打造第一品牌>>

13位ISBN编号：9787549100651

10位ISBN编号：7549100659

出版时间：2010-11

出版时间：广东南方日报出版社

作者：杜云生

页数：203

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：<http://www.tushu007.com>

<<如何打造第一品牌>>

内容概要

企业没有品牌，就无法在激烈竞争的商海中立足。

而打造一个大众钟爱的品牌，企业就可以通过这个品牌轻松获得声誉和利润。

品牌不是世界一流企业的专利，也不是遥不可及的事。

本书通过一个个真实的案例，教给你22个打造第一品牌的法则，让你在企业竞争中，所向披靡，无往不胜。

<<如何打造第一品牌>>

作者简介

杜云生，亚洲教育第一任导师，最实战的销售培训权威，杜云生创富教育机构创办人，财富网创办人，*《绝对成交》*国际课程专业授权华人导师，Naion University of USA客座教授、博士生导师。

16岁从销售基层做起，并成为百科全书销售冠军。

18岁登台进行千人销售培训，轰动台湾。

25岁销售收入月超100万元。

27岁获得财务自由，是百战不殆的实战家。

1996年开始引进个人成长教育，培育、引进中国内地百位以上培训讲师，是第一个开创创富教育先河的行业领导者。

2006年开设

<<如何打造第一品牌>>

书籍目录

推荐序自序第一篇 品牌认识 第1章 什么是品牌 第2章 为什么打造品牌 第3章 任何产品都能品牌化吗第二篇 品牌战略的22条法则 第4章 第一条：领先法则 第5章 第二条：类别法则 第6章 第三条：心智法则 第7章 第四条：认知法则 第8章 第五条：众口铄金原则第三篇 品牌管理

<<如何打造第一品牌>>

章节摘录

第一篇 品牌认识 第1章 什么是品牌 本书的重点在于教你如何打造第一品牌，一旦掌握了这些方法，你就可以轻松地通过品牌效应增加利润。但是在学习这些方法和技巧前，你先要了解一些关于品牌的概念和要素，才能更好地掌握接下来要讲的重点知识。

其实，品牌对于大家来说，并不陌生，它与我们的生活息息相关。越来越多的人在消费时，会趋向于选择品牌，因为其质量和服务更有保证。而越来越多的公司也认识到，最有价值的资产之一是与各种产品和服务相关联的品牌。这就使得品牌成为了人们关注的焦点。

那么，到底什么是品牌呢？

举个简单的例子来说明一下。

假如生产一双鞋子的成本是90元，但是它一旦打上一个钩（耐克的标志）或者三杠（阿迪达斯的标志），它的“身价”立马会升到几百甚至上千元。

再比如，一个空调，本来制造成本仅要800元，但一贴上两个小孩（海尔的标志），它就可以卖到2000多元。

这是为什么呢？

为什么同样的产品贴上不同的标志，价格会截然不同？

这实际上就是我们说的品牌价值。

看到海尔的标志，我们会想到真诚服务到永远，想到海尔高品质的产品，想到海尔砸冰箱的故事，等等。

这一系列的联想和感受的总和，就是海尔的品牌。

再如，提到茅台你想到的是什么？

想到国酒、酱香、历史悠久。

提到沃尔沃你会想到什么？

安全。

提到海飞丝你会想到什么？

去屑。

诸如此类的联想和感受就是品牌。

在面对日益纷繁的选择时，顾客更习惯用某种概念和符号进行快速决策，经过企业、媒体和专家们多年不知疲倦的教育（包括广告轰炸），“品牌”就替代产品成为顾客生活中的新名词和新识别符号。

有关品牌对顾客的作用可详见下页图。

<<如何打造第一品牌>>

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:<http://www.tushu007.com>