

<<品牌快速成长十八法>>

图书基本信息

书名：<<品牌快速成长十八法>>

13位ISBN编号：9787806775554

10位ISBN编号：7806775552

出版时间：2003-10

出版时间：广东经济出版社

作者：冯帼英,朱海松

页数：266

字数：319000

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>

<<品牌快速成长十八法>>

内容概要

成功有方法，失败有原因。

《品牌快速成长十八法》是作者从中国市场实践当中总结出来的完整而系统的营销广告思想。冯帼英女士与她的伙伴在率领天进广告公司创造了一个又一个奇迹的同时，也在不断地思索适合本土的广告营销理论。

品牌快速成长的十八个法则并不是高深的理论，而是研究复杂多变的中国市场的一个透视，一个视角。

十八法提供了一套完整的广告营销方法和思路，朴实无华。

目前市场上的竞争品牌都自觉不自觉地运用着其中的方法。

本书不仅分析了天进服务的客户如美菱、TCL、海尔等中国知名品牌，同时还站在行业的高度对国内外的相关案例进行了分析，使十八法更具有了一个宽广的视野，说明在市场经济当中，成功的品牌竞争确实有放之四海而皆准的原则。

<<品牌快速成长十八法>>

作者简介

冯帼英，1989年毕业于厦门大学新闻传播系广告学专业，1996年加盟东一广告，服务TCL彩电、科龙电器、三菱重工、海尔、美菱等多个大型客户，使东一被誉为广告界的“家电专家”。

1998年底离开东一，组建天进广告。
其中从97年开始至2002年初与海尔结下五年缘份，服务海

<<品牌快速成长十八法>>

书籍目录

前言 引子：速度就是生命 第一法则 品牌定位与策略创新 第二法则 品牌传播的一致性和连续性 第三法则 巧妙公关事半功倍 第四法则 意见领袖一句顶一万句 第五法则 巧用媒体不断创新 第六法则 事件策划见效更快 第七法则 热点话题四两拨千斤 第八法则 让独特的产品利益点琅琅上口 第九法则 提炼消费者独特的价值观 第十法则 利用品牌或产品发源地 第十一法则 充分利用母品牌的优势 第十二法则 善用策略联盟借力打力 第十三法则 把分售方式当做卖点 第十四法则 给低价找一个充分的理由 第十五法则 成为领导者，保持领先地位 第十六法则 创造新的品牌认知标准 第十七法则 巧用名人善打名人牌 第十八法则 细分市场再造辉煌 策划方案1 美菱集团品牌战略规划 策划方案2 2002年美菱冰箱品牌传播策略 策划方案3 适合之道，解决之道——2002年TCL商用电脑形象整合方案 策划方案4 给“非常新主张”一个深呼吸——TCL电脑“知识家庭全面助跑行动” 策划方案5 胡姬花花生油品牌战略规划 策划方案6 千里之行，始于足下——CECT品牌形象暨9656产品宣传策略 策划方案7 CECT手机消费者定性调查分析报告及笔录 策划方案8 绘声绘色推新品——Q86 / Q88手机上市宣传方案 后记

<<品牌快速成长十八法>>

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>