

# 《网络时代的品牌》

## 图书基本信息

书名：《网络时代的品牌》

13位ISBN编号：9787801476739

10位ISBN编号：7801476735

出版时间：2002-4

出版社：企业管理出版社

作者：[美]塞奇

页数：298

译者：石晓军

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《网络时代的品牌》

## 内容概要

《网络时代的品牌:网络时代持久品牌5步曲》正是一部回应这个挑战的著作。如果你想借助网络创建并管理一个强大的品牌，革新品牌管理观念，对品牌实行全方位管理，那么《网络时代的品牌》绝对值得一读。市场经济的发展，已经把世界带入了品牌竞争的时代。一个企业，如果没有与众不同的产品，没有能够深深吸引客户的品牌，那么它必将被接踵而来的汹涌信息浪潮无声无息的湮灭。互联网的出现和普及表明我们进入了数字时代，这个时代的强势品牌将充分利用网络——眼睛是心灵的窗户，而网络是品牌的窗户。然而，有多少企业真正懂得如何利用网络打造或者巩固自己的品牌呢？而企业又如何能够利用网络获取足够的力量，去提升某个品牌与其顾客间的感情联系呢？这正是挑战所在。

## 书籍目录

- 序
- 原序
- 前言
- 致谢
- 第1章 完整的品牌与网络
- 第2章 发现阶段
- 第3章 构思阶段
- 第4章 文字表达时期
- 第5章 视觉、感觉及有形的表达阶段
- 第6章 执行阶段
- 第7章 在网络集市中打造品牌
- 第8章 全球化的网络品牌
- 第9章 超越新经济

# 《网络时代的品牌》

## 精彩短评

1、浅读，出版时间比较早，不太爱看旧书，毕竟跟当下联系不是很密切

# 《网络时代的品牌》

## 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)