

《创建高端品牌：让本土企业摆脱汀》

图书基本信息

书名：《创建高端品牌：让本土企业摆脱同质化竞争（7DVD+品牌运营手册）》

13位ISBN编号：9787887291933

出版时间：2014-4-15

作者：翁向东

页数：64

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

《创建高端品牌：让本土企业摆脱汀》

内容概要

为什么本土企业多的是昙花一现的品牌？为什么价格比洋品牌低很多仍无人喝彩？为什么品牌创建成本与营销费用总是居高不下？为什么广告一停销量总是马上下滑？为什么媒体一篇文章和小小的质量事故就可以葬送一个品牌？本土品牌存在明显软肋：没有个性，没有丰富的联想，抗风险能力差，缺乏溢价能力，大部分品牌只能在中低端市场竞争，难以改变在国人心中廉价印象。在本套光盘中，翁向东老师将为读者解析国内外多个知名高端品牌的运作案例，通过建立整套品牌管理体系，教给国内企业如何打造联想丰富、抗风险能力强、高溢价的强势高端品牌。品牌就是硬道理！创建高端品牌，让本土企业摆脱同质化竞争，既提升企业实力又增进品牌资产，如此中国企业方能在世界舞台长袖善舞、反戈一击。

《创建高端品牌：让本土企业摆脱汀》

作者简介

翁向东，著名品牌战略管理专家，营销广告专家，全球华人100大管理名师，影响中国品牌进程的50大风云人物，上海浦东十大杰出青年。"品牌核心价值、品牌加法论、品牌宪法论、副品牌"等品牌理论体系的创建者。清华、上海交大等名校EMBA、市场总监班、品牌总监班教授。经过5年品牌营销实战磨砺、16年品牌战略咨询沉淀，成长为国内实战和理论高度兼备的品牌战略管理专家。

翁老师曾助力舍得、海信、香飘飘、格兰仕、昆仑润滑油、飞雕、新希望六和、报喜鸟、好当家等高端品牌提升品牌层次，提高品牌溢价。他领导的杰信咨询是公认的高端品牌与集团品牌咨询的首席外脑。已出版专著《本土品牌战略》，不仅被60多所名校选为教材，更受到企业界的追捧，被娃哈哈、中国石油、雅戈尔等名企定为中层必读图书。

书籍目录

DVD1：品牌强国之道

上：制造大国、品牌小国的窘境

1. 低端产品多，名牌产品少
2. 制造大国亟须向品牌大国转变
3. 跨国公司通过品牌实现巨额财富转移
4. 品牌强国富民的典范--瑞典

下：品牌创新也是中国创新

1. 中国企业创建高端品牌的历史性机会
2. 大部分行业都可以打造高端品牌
3. 中国企业具备问鼎世界一流品牌的能力
4. 中国企业打造高端品牌的成功案例
5. 抛弃对中国创新的狭隘理解
6. 品牌战略即强国战略

DVD2：高端品牌解码与金字塔塔基

上：破解高端品牌密码

1. 实体价值是基础
2. 感知价值放大溢价
3. 品牌溢价力

下：高端品牌金字塔塔基

1. 产品和服务的卓越性能与品质
2. 人性化让顾客有超越期待的感动和受尊重感
3. 外观及包装富有个性和美感
4. 富有信息表达力和高贵气质的产品名
5. 不同档次的产品有严格的符号区别

DVD3：高端品牌的基因工程

1. 创建具有高端品牌气质的品牌名
2. 创建符号图腾
3. 定位品牌灵魂"核心价值"
4. 定位品牌个性体系
5. 品牌定位统率企业价值链

DVD4：高端品牌金牌营销策略

1.

圈层营销

2. 首轮目标消费群的标杆价值
3. 为品牌加分的主题促销
4. 管控到每个细节的体验营销
5. 高端品牌的终端管理与服务
6. 高端品牌的会员制营销

DVD5：高端品牌创新传播策略

1. 高端品牌广告的创意和管理法则
2. 品牌传奇的塑造与放大
3. 高端品牌的势能俯冲法则
4. 万众瞩目的公关活动及新闻炒作
5. 深度沟通战略
6. 共赢的准代言人整合
7. 高端品牌的媒介策略
8. 高端品牌不同阶段的传播策略

DVD6：创建高端品牌的十大铁律

1. 传播的一致性比创意更重要
2. 坚决舍弃偏离品牌定位的营销传播策略
3. 品牌定位导向高于消费者导向
4. 传递给顾客的一切信息保持高端品牌气质
5. 彰显王者之相--只做行业领袖应该做的事
6. 以鲜明符号区隔不同档次产品，避免锦衣夜行
7. 大胆坚持高价并适度提价
8. 慎用纯利益刺激型促销，多用品牌主题型促销
9. 少用高举高打策略，多用渗透型策略
10. 摒弃交易型营销，追求终生顾客价值

DVD7：高端品牌管理长效机制

上：品牌管理原则

1. 统率原则
2. 持续原则
3. checklist原则
4. 灵活务实原则

下：品牌管理的制度与流程

1. 品牌管理的工作流程
2. 品牌管理的组织建设
3. 品牌管理的责任部门与内容
4. 品牌监控的方法与流程
5. 品牌的监控结果--价值与健康评估

《创建高端品牌：让本土企业摆脱汀

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