

《插位（升级版）》

图书基本信息

书名：《插位（升级版）》

13位ISBN编号：9787111443155

10位ISBN编号：7111443152

出版社：机械工业出版社

作者：李光斗

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

《插位（升级版）》

内容概要

插位是一种针对强势竞争对手非常有效的品牌营销战略，旨在通过颠覆性的品牌营销，打破市场上原有的竞争秩序，突破后来者面临的竞争困境，使后进品牌拓展大市场、快速超越竞争对手，进而成为市场的领跑者。

中国品牌第一人李光斗先生首创的“插位战略”，因为其本土性、实战性和独创性，成为影响中国企业竞争的重要商业思想，指导众多中国名牌企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

历经多年的完善与发展，李光斗先生的《插位：颠覆竞争对手的品牌营销新战略?升级版》隆重问世。从产品差异化、营销差异化、传播差异化、品牌差异化等多个维度总结升华插位战略的重要作用与成功案例。

《插位（升级版）》

作者简介

李光斗先生出身于市场营销第一线，自1990年开始从事市场营销和品牌策划工作，先后担任伊利集团、蒙牛乳业、广日电梯、民生药业、古越龙山、招商银行、长虹、德尔惠、喜临门集团、雷士照明、青岛啤酒等十余家著名企业的常年品牌战略和营销广告顾问，亲历了改革开放后中国品牌发展的历程，具有丰富的品牌建设和市场营销经验，荣获中国策划业杰出功勋奖。

李光斗先生毕业于复旦大学新闻学院，曾任复旦大学研究生会副主席，代表中国大学生参加在新加坡举行的亚洲大专辩论会，荣获冠军。代表著作有：《事件营销：引爆流行的行销艺术》《故事营销：世界最流行的品牌模式》《情感营销：如何让消费者爱上你的品牌》《总统战：奥巴马的政治营销》《插位：颠覆竞争对手的品牌营销新战略》《升位：中国品牌革命》《盛世微言：微博营销专案》《品牌战：全球化留给中国的最后机会》《商解三国》《全员品牌管理》《仅次于总统的职业》等。

书籍目录

前言

第1章 插位战略

- 一、插位战略的定义
- 二、插位盈利术
- 三、插位战略的魅力

第2章 插位战略的序曲洞察消费者内心真实的需求

- 一、隐藏于消费者内心对品牌认知的三个层次
- 二、消费者为什么会说谎
- 三、消费者行为背后真实的需求是什么
- 四、洞察消费者内心需求的方法
- 五、最异化消费者内心的商品酒和手机

第3章 挑战传统成就品牌插位战略

- 一、市场态势，我们还有机会吗
- 二、传统的营销思维定式
- 三、大市场在哪里
- 四、排队经济学中的插位技巧
- 五、中国原产地品牌如何运用插位之道再现盛世辉煌？

第4章 只有插位才有机会

- 一、中国企业发展的新里程
- 二、古越龙山插位战略成就国粹黄酒
- 三、插位战略，不再仰视强敌习惯成自然，失败成必然
- 四、插位战略，不必担心“迟到”珠峰冰川：圣水是如何炼成的
- 五、卖懒经济学：越懒越插位

第5章 插位战略的原则和步骤

- 一、插位战略的两个原则
- 二、错误插位
- 三、插位战略的步骤
- 四、发现插位缝隙的八大法则
- 五、洋河蓝色经典，一场绵柔的插位之旅

第6章 蛙跳战术与跳跃插位

- 一、插位战术无处不在
- 二、新几内亚战役蛙跳战术的经典战例
- 三、跳跃插位在现代商业中的应用

第7章 斜行插位

- 一、百事可乐成功秘笈
- 二、可口可乐反插位：玩得比你更年轻
- 三、耐克神话
- 四、金嗓子，像卖药一样卖糖果
- 五、波音787网状社会的空中出租车

第8章 垂直插位

- 一、可以吸的果冻
- 二、方便面日本叫响世界第一大“发明”
- 三、“现代”启示录：服务插位创品牌
- 四、华光国瓷：好风凭借力，送我上青云

第9章 联合插位

- 一、洗脚“洗”出的大产业
- 二、星巴克，第三空间（Third Place）

三、运动、时尚，女人要兼得

四、德尔惠：运动也“娱乐”

第10章 异地插位

一、肯德基东方的“西式”霸主

二、皮尔·卡丹：到人口最多的国家“作秀”，得到最多人的认可

三、Hello Kitty借流行文化风靡全球

第11章 颠覆插位

一、颠覆式创新：重新定义产品

二、雅诗兰黛：引爆香水时代

三、电子商务对传统渠道的颠覆

第12章 破坏插位

一、乔布斯：破坏式创新改变世界

二、农夫山泉天然水VS椰树矿泉水

三、平价眼镜与平价药房

第13章 捆绑插位

一、娱乐圈中的插位战略

二、“黄鹤楼”与“四大天王”

三、绑在公共资源身上的广告

四、美丽是睡出来的，健康也是睡出来的喜临门的睡眠指数营销

五、从粉红色的凯迪拉克到CTS凯迪拉克的插位战略

第14章 比附插位

一、艾维斯的“老二宣言”

二、日本人如何山寨中国黄酒

三、中国品牌如何比附好莱坞进行广告植入

第15章 新媒体时代的插位战略

一、即将消失的职业：京城报刊亭见证纸媒寒冬来临

二、筑塔还是结网：网络时代的社会传播之变

三、新媒体时代的传播攻略

四、大数据时代如何掘金

五、网络时代，后来者的插位机会腾讯成功之路

六、插位战略淘出“淘宝”

结语 只有插位才有机会

《插位（升级版）》

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