

大品牌大问题



[大品牌大问题 下载链接1](#)

著者:杰克 · 特劳特

出版者:海南出版社/三环出版

出版时间:2004-6

装帧:

isbn:9787807000570

在当今高度竞争的市场中，任何一个失误都会令你的企业断送在你的竞争对手手中。而一旦如此，你再想翻身的机会可谓微乎其微。更可怕的是，你面临的可能不是来自一两个人的挑战，而一个带有敌意的群体，他们的目的就是要超越你。就在不久前，利维斯，AT&T，佳洁士，施乐，以及泛世通不都是其所在行业的顶尖高手，可几乎一夜之间，大厦倾覆了。

在这本书中，“定位之王”，杰克 · 特劳特分析了超级企业失败的原因，并为他们提供了“解约”。看看书中提到的企业吧—施乐，美乐啤酒，DEC，汉堡王等等，难道还不足以警醒吗？

作者介绍:

目录:

[大品牌大问题 下载链接1](#)

标签

品牌

营销

市场营销

特劳特

战略

大品牌大问题

商业

定位

评论

延续定位理论，得到的结论是：除了主营业务外，能不做别的就不做别的。在面对创新，尤其是颠覆性创新的环境下，有效么？

哈哈~还真被我找到个好案例！

跟定位差不多

其实就是一本案例集

好早以前读的书 当时买了很多这类的书 跟填鸭一般读了一遍

更好的标题应该是《大公司 大麻烦》， 翻译质量一般， 但观念很重要。

营销书界的又一灌水力作。

[大品牌大问题 下载链接1](#)

书评

有几句名言值得细读： ◇市场营销是认知之战， 不是产品之战。
◇对于数字增长做出轻率的预测， 往往到头来迷失目标。
◇数字增长是把事情做对之外的副产品。

杰克·特劳特 品牌系列 还值得一看。
分析了一些超级企业失败的原因，并给出了作者自己的答案。
书中提到的企业吧——施乐、美乐啤酒、DEC、汉堡王等等，基本还是能在定位一个系列中找到。作为定位一个系列的作品，也值得一看。

[大品牌大问题 下载链接1](#)