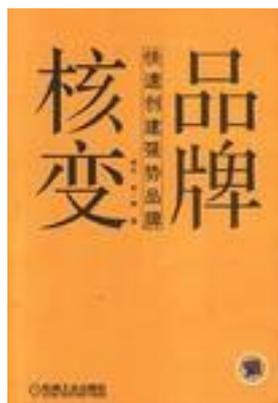


# 品牌核变



[品牌核变\\_下载链接1](#)

著者:杨光

出版者:机械工业出版社

出版时间:2003-7

装帧:平装

isbn:9787111122890

本书顺应企业渴望“品牌核变”的要求，以新视角、新观念并佐以几十个成功案例，为企业准确地揭示了快速创建强势品牌的核心方法，并从企业如何获得核心竞争力的角度集中阐释品牌管理为什么是企业蓬勃发展的重要原因。书中提供了一套企业进行品牌创建的工具——快速创建强势品牌七步骤和独特的、先进的传播规划模式；把“品牌老化”当作一个独立的课题进行分析，并提供了实际的解决方法；还提出了一整套突破性的独特的品牌传播策略方法。

作者介绍:

目录:

[品牌核变\\_下载链接1](#)

## 标签

品牌

## 评论

做策劃的人真能說，裡面不斷重復的東西不下三段（包括顯而易見的錯別字，所以我質疑它編輯的嚴謹性），子母字子關係的n級標題看到頭暈眼花，真不是一般地多字，進30萬字地述說，的確讓人更具體地明瞭品牌整體性的東西了，但是只能當做基本專業認識與核心架構來讀，因為畢竟是2002年，十年前的東東了，裡面所有的案例不免早已老化，有的甚至消沈。品牌這個與時俱進的東西真是一個充滿智慧的行當啊，遍布各種可能性。渴望能在未來體驗更多實實在在的份量十足的projects!

-----  
[品牌核变\\_下载链接1](#)

## 书评

-----  
[品牌核变\\_下载链接1](#)