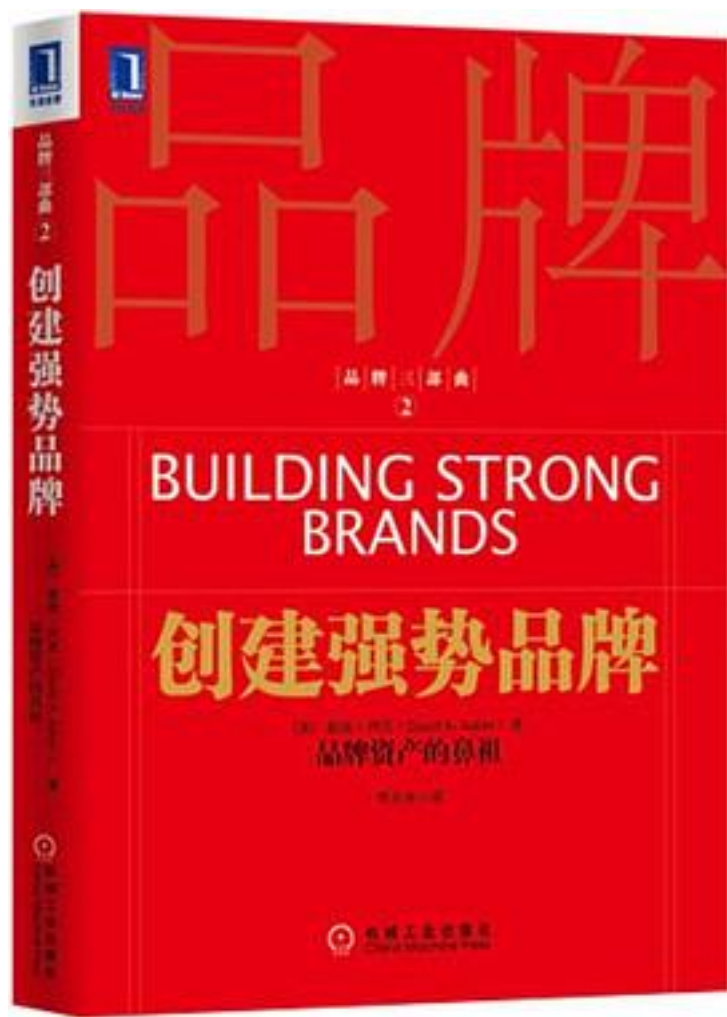


创建强势品牌



[创建强势品牌_下载链接1](#)

著者:戴维·阿克

出版者:中国劳动社会保障出版社

出版时间:2004-5-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787504543646

本书提出的理论模型和问题均通过案研究和实例加以阐述。抽象型需要放在描述的环境

中，才能帮助读者理清思路，并激发研究品牌及其管理的新思路。另外，作者引用了相关学术研究成果，以支持本书的探讨或模拟的流程如何发挥作用的假设。

阿克的品牌系统及其对品牌资产衡量的探讨将从根本上改变我们对市场营销的看法。

作者介绍:

目录: 第1章 什么是强势品牌
第2章 建立品牌——土星的故事
第3章 品牌识别系统
第4章 组织联想
第5章 品牌个性
第6章 识别实施
第7章 持久的品牌战略
第8章 管理品牌系统
第9章 平衡品牌
第10章 跨产品/市场衡量品牌资产
第11章 为打造品牌而组织
注释
• • • • • (收起)

[创建强势品牌 下载链接1](#)

标签

品牌

营销

品牌管理

商业

管理

广告

管理理论-市场营销

阿克

评论

品牌识别系统，品牌实施

将品牌的功能属性，引入品牌作为人、组织、符号的视角，将作为人的情感利益和自我表达利益，作为组织的声誉价值，代表品牌形象的符号价值纳入整体思考系统

写本科毕业论文时候用的

可能是翻译的关系的原因吧,不怎么好读

结构很清晰，内容也很入门，解答了我不少问题

大学老师推荐的，老师不咋的，推荐的书也不咋地

没那么神

很棒的一本品牌书籍，看得人热血沸腾的～～

营销人员必读之书。

和市场厮混了六年终于系统性地梳理了一遍对于品牌的认知。品牌意识、忠诚、感知质量和联想组成了品牌资产，需要建立和追踪。战略品牌分析源于顾客，竞争和自我分析，需要长期保持一致，也要达成内部系统的统一。品牌形象需要持续不断输出价值主张

，不仅限于功能产品利益，更需要自我表达和情感链接#论笔记的重要性

#挺好的

品牌是一个很庞大的体系，品牌从诞生到消失会经历不同的变化，越来越多的企业投身于品牌建设中，并把品牌建设作为公司战略的一部分。让品牌建设助力公司的经营战略，这是品牌工作的意义。

首先，本书提到了什么是品牌形象，以及怎么建设品牌形象。品牌印象是指品牌如何被顾客所感知，而品牌形象则表达了一种抱负——品牌希望如何被顾客所感知。第二个主题是管理品牌形象，包括建立品牌定位和执行计划。第三个主题以品牌系统概念为核心，品牌系统有一系列相互交织重叠的品牌和子品牌构成，这个系统既可以是清晰的，形成协同效应，也有可能造成混乱和矛盾。第四个主题提供了跨产品和跨细分市场衡量品牌资产的方法。第五，探讨了培育品牌的组织模式。创建品牌不仅需要处理品牌处理品牌系统的问题，还要跨越不同的市场、产品、角色和环境进行品牌的协调。

学会一目十行了。

[创建强势品牌_下载链接1](#)

书评

很不错的一本书，适合现在有追求的年轻人看看，曾经有个人对我说过，我们每一个人都是一个品牌，在这个社会上就是要自己这个品牌树立好。苹果的来袭压垮了很多品牌，不仅仅是电脑手机，最主要的是人们的思想，一个主流的象征，影响了一个世界的进步。CCTV相信品牌的力量，但人...

[创建强势品牌_下载链接1](#)