

宝洁营销:品牌帝国的成功法则



[宝洁营销:品牌帝国的成功法则 下载链接1](#)

著者:鹏程

出版者:经济科学出版社

出版时间:2003-03-01

装帧:

isbn:9787505832275

本书从各个角度阐述宝洁品牌构建的各种思想：宝洁要求它旗下的每个品牌都是“独一无二”的，都必须自我建立顾客忠诚度。同时介绍了宝洁公司的品牌延伸法则：多品牌策略和一品多牌策略……同类产品上的多种宝洁品牌相互竞争但又各有所长，为消费者提供不同的好处从而保持各自的吸引力。

“将品牌作为一项事业来经营”，这是宝洁重要的信念之一。正如《时代》杂志称宝洁是个“毫无拘束，品牌自由的国度”。本书将全面解析

作者介绍:

目录: 谋划市场

1. 创造产品 / 3

大胆创新 / 3 培育新点子 / 11

还要更好 / 14 错误中成长 / 15

2. 品牌经营 / 18

战胜自己 / 19 品牌支配 / 23

不牺牲品牌定位／25经
· · · · · (收起)

[宝洁营销:品牌帝国的成功法则](#) [下载链接1](#)

标签

营销

管理学

管理

商业

2016

评论

写书的人太业余业余到从来不听课的我都看不下去，。

怎一个烂字了得。

[宝洁营销:品牌帝国的成功法则](#) [下载链接1](#)

书评

[宝洁营销:品牌帝国的成功法则_下载链接1](#)