

插位



[插位_下载链接1](#)

著者:李光斗

出版者:机械工业出版社

出版时间:2006-1

装帧:

isbn:9787111180296

《插位:颠覆竞争对手的品牌营销新战略》 内容简介——经济全球化带来的是竞争的全球

化。

当你的新品牌面对众多强势品牌凌驾在自己之上的现状，都希望自己的品牌能够超越强者，取而代之成为行业的领跑者；当你的新品牌和成千上万的小品牌一起被淹没在浩瀚的品牌海洋时候，都希望自己的品牌能够脱颖而出成为业内翘楚。在市场竞争白热化的今天，品牌成长的脚步远赶不上品牌黯谈的速度；如果说定位理论诞生在“品牌速生”的背景之下，那么插位战略则是发轫于“品牌超生”的时代。

作者介绍:

目录:

[插位_下载链接1](#)

标签

李光斗

营销

品牌营销

管理

插位

市场

差异化

品牌

评论

学到一种新思想

看完了，忘了。。。

还 不错

李光斗先生在自己对某些品牌都不了解的情况下就信口雌黄。三颗星给你的自信和某些策略。

一般

不推荐

老是拿杰克·特劳特的定位理论来标榜自己所谓的插位理论，实际上换汤不换药，很多例子反复拿来用，讲个道理都讲不明白。

说实话，有点扯。

或许是时间太久，里面的理论在今天已经耳熟能详，人人皆知

[插位_下载链接1](#)

书评

[插位_下载链接1](#)