

# 品牌战略精要研究



[品牌战略精要研究 下载链接1](#)

著者:张传忠

出版者:第1版 (2006年6月1日)

出版时间:2006-6

装帧:平装

isbn:9787505856202

实施名牌战略就是要提升技术、经济与文化的层次，追求社会物质文明与精神文明的共同进步。实施名牌战略首先是适应市场竞争的要求，转变我国企业的市场经营模式，促使它们以对顾客负责、对社会负责的态度，打造中国名牌，就是要提升技术，强化管理，给顾客提供高价值的产品、高质量的服务、高水平的生活质量。但是，真正的名牌战略不是单个企业的行为，而是一个民族共同的行动。企业打造名牌的基础是社会有“名牌”意识和欲望，公民有“名牌”知识和素质，经营者有“名牌”方略和志向，政府有“名牌”政策和制度。真正的名牌战略是一个社会风气，是民族人心所向，是社会生活的每一个部分。本书为对名牌战略的背景、动因、内涵、市场营销革命、关键点、难点、重点、经济分析、支持体系作了探讨。

作者介绍:

目录:

[品牌战略精要研究 下载链接1](#)

标签

评论

---

[品牌战略精要研究 下载链接1](#)

书评

---

[品牌战略精要研究 下载链接1](#)