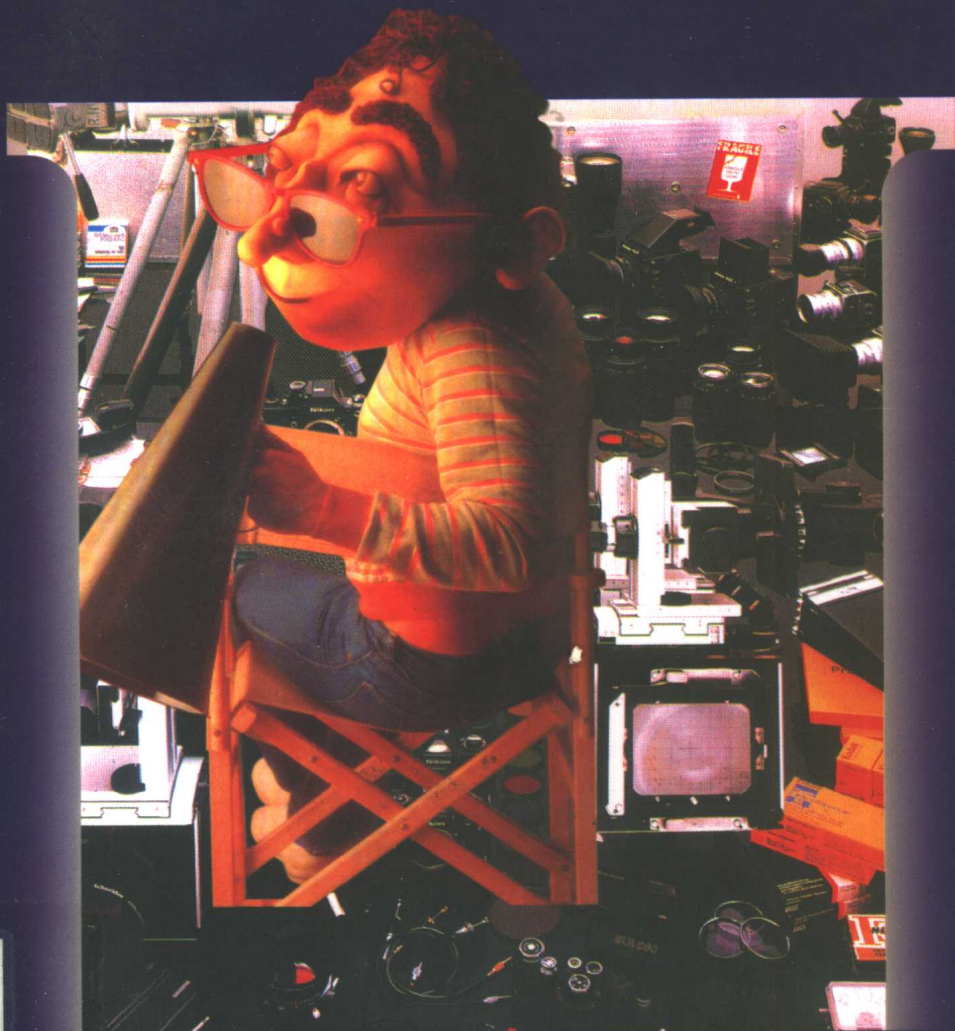


外国名牌畅销 实例及述评(II)

畅销名牌具体详细的操作过程方法

● 李万成 编译

● 中国广播电视出版社



名牌经营秘诀与实例丛书

外国名牌畅销实例及述评(Ⅱ)

李万成 等编译

中国广播电视出版社

(京)新登字 097 号

图书在版编目(CIP)数据

外国名牌畅销实例及述评(Ⅰ)/李万成等编.-北京:中国广播电视出版社,1997.9
(名牌经营秘诀与实例丛书/王仲才主编)

ISBN 7-5043-3029-9

I. 外… I. 李… III. 企业管理:销售管理-范例-研究-世界
N. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 09183 号

外国名牌畅销实例及述评(Ⅰ)

作 者	李万成
封面设计	郭远娟
责任编辑	冯 章
版式设计	冯 章
出 版 商	中国广播电视出版社
地 址	北京复兴门外真武庙二条九号
电 话	63263201(发行邮购部)
邮 编	100866
印 刷 商	北京市白河灌区印刷厂
经 销 商	各地新华书店
字 数	470 千字
印 张	19.125
规 格	850×1168mm 大 32 开
版 次	1997 年 12 月第一版第一次
印 数	1—10100 册
书 号	ISBN 7—5043—3029—9/F·298
定 价	24.80 元

告 读 者

英国名牌 Rover 汽车公司一改传统营销方式,而采用“综合直销”,结果销售额大增;

加拿大埃里安斯软件公司由于其呆板的价格策略,在激烈的价格战争中屡屡失去客户;

美国的总统,“性教育措施”也同样能推销;

只要具备十大因素,您的公司或品牌,就能成为世界性著名品牌。

本书译介了 20 年代以来美国最成功的真实的品牌经营案例。这些 Cases 都非常详细,细节、操作步骤皆有,因此借鉴价值极大。

全书共有七章,以实例和技巧方式分别介绍了品牌直销,世界品牌营销,品牌定位营销,价格决策,广告与营销,美国名牌服务营销和社会营销等内容。

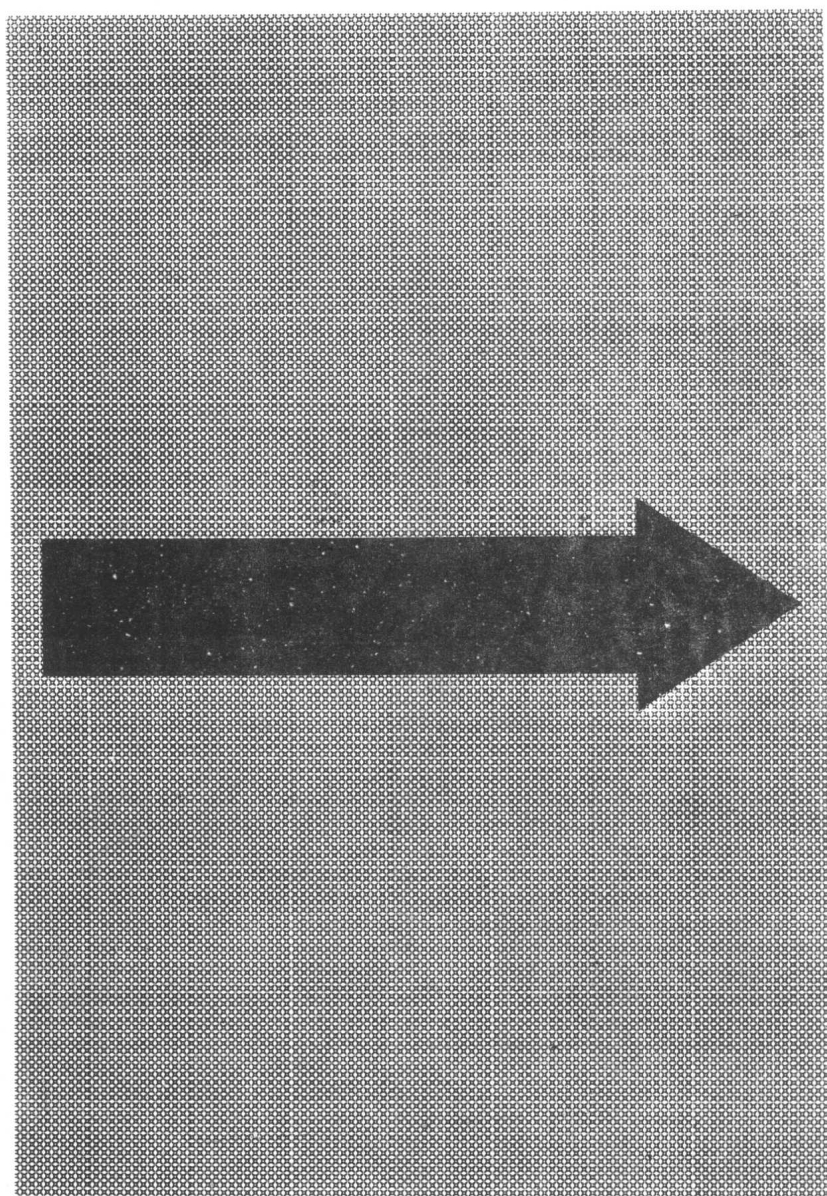
参加本书编译的有:主编,李万成、副主编:田雪莲、王芳、刘维;以及作者,李大为、刘启明、刘俊民、张立军、魏建国、陈中华、陈军芳、郭小萍、赵建民、麻为涛、王汉青、刘青、张延明、徐秉沂、孙小伟、徐强、谭丽、樊莎莎等。

1997年9月

北京

《名牌经营秘诀与实例》丛书编辑委员会

主 编	王仲才	李文博	
副主编	韩荣贵	胡 明	周树清
	徐立军	李少伟	王民忠
编 委	王尚锦	李万成	张 金
	马天祥	王成才	汪文卿
	卫孙吉	张天明	李福迎
	刘如意		



目 录

第一章 名牌直销实例、技巧和媒介 (1)

一 英国名牌 Rover 小汽车:采用综合直销形式... (3)

1. 《改进》项目(计划) (10)
2. 91 年的《征服》期刊 (18)
3. 销售商的参与活动 (29)
4. 跟踪电话 (30)

二 面对国外品牌竞争美国联合轮胎公司改变营销方式 (32)

1. 背景 (34)
2. 使用电话销售 (36)

三 美国名牌直销的技巧和实例 (39)

1. 定义	(41)
2. 原理	(41)
3. 增长的原因	(43)
4. 计划和组织影响	(45)
5. 直接反应传播工具	(49)
6. 直销的目标和应用	(57)
7. Amoco 车胎实例	(65)
四 品牌零售直销的技巧和实例	(71)
五 成功品牌直销媒体之一:杂志	(83)
六 成功品牌直销媒体之二:报纸	(103)
七 成功品牌直销媒体之三:电子传媒	(112)

第二章 世界名牌成功秘诀与实例 (131)

一 日本的品牌策略	(133)
——兼谈与美国的异同	
二 欧共体 12 国品牌的多样性	(146)
1. 品牌和品牌专有	(149)
2. 方法	(150)
3. 结果	(153)
三 世界 100 个著名品牌成功策略	(167)
——美国蓝德公司对世界品牌的研究结果	
1. 为什么要进行这项研究?	(169)

2. 怎样评价品牌的力量?	(171)
3. 这项调查是怎样进行的?	(172)
——14 个国家和 70 类品牌	
4. 影响品牌力量的因素	(174)
5. 世界上 100 个最强实力的品牌... ..	(179)
四 公司广告在品牌塑造中的作用	(196)
——记美国 Chevron 公司	
五 爱尔兰顶级品牌“沃特福德水晶”...	(210)

第三章 品牌定位 3 例..... (217)

一 高露洁加拿大公司的品牌定位策略...	(219)
1. 公司背景.....	(220)
2. 强有力的品牌竞争	(223)
3. 定位战略.....	(226)
4. 冷水洗涤市场	(228)
5. 西部战役结果	(234)
6. 北极强力—1993	(235)
二 TICO 亚特兰大公司的品牌定位	(243)
三 家庭保健:90 年代的品牌定位	(249)
1. 家庭保健行业	(251)
2. 目标市场.....	(255)
3. 选择家庭保健	(256)

- 4. 服务的增长 (259)
- 5. 企业家的称号 (261)
- 6. 一个与众不同的行业 (263)

第四章 品牌的价格决策 4 例 (269)

一 “TAXOL”抗癌药品的价格高吗..... (271)

- 1. 背景 (273)
- 2. 价格的思考和争议 (282)

二 美国库克医疗器械有限公司的品牌定价策略... (286)

- 1. 生产线 (288)
- 2. Stent 的开发 (289)
- 3. 仪器市场策划 (291)

三 英国名牌旅行公司:直销、降低价格... (295)

- 1. 公司背景..... (297)
- 2. 行业背景..... (299)
- 3. 计划问题 (309)

四 名牌公司的价格决策太僵硬了 (320)

——记加拿大埃里安斯计算机软件有限公司

- 1. 高尖端图像市场..... (322)
- 2. 埃里安斯的历史..... (324)
- 3. 埃里安斯品牌营销 (329)
- 4. 产品定价..... (334)

5. 回到问题上来	(335)
-----------------	-------

第五章 世界名牌与广告 3 例 (337)

一 可直接向母亲做广告吗 (339)

——雀巢 Carnation 的婴儿配方食品

1. 行业结构与主要竞争者..... (341)
2. 公司背景..... (352)
3. 市场营销发展
4. 决策

二 美国“墨西哥艺术博物馆”也需要树立品牌形象 (364)

1. 历史
2. 芝加哥市场
3. 公共和个人捐赠.....
4. 程序
5. 销售和宣传效果.....

三 USPS 的品牌广告效果好吗? (389)

——记美国邮政快递服务公司

1. 市场.....
2. USPS 快车运输
3. 产品和服务追踪研究

第六章 美国服务品牌经营技巧与实例…… (411)

一 服务的特性…………… (413)

1. 最近的趋势…………… (416)
2. 顾客的参与…………… (418)
3. 公有还是私营 …… (419)
4. 主要服务业…………… (419)
5. 服务遍布各处 …… (420)

二 服务品牌经营的特点 …… (422)

1. 模糊性 …… (424)
2. 易损失性 …… (426)
3. 不可分裂性…………… (427)
4. 销路的易变性 …… (427)
5. 形象是重要的 …… (428)
6. 可变性 …… (429)
7. 与顾客的关系 …… (430)

三 服务品牌经营系统的管理…………… (432)

1. 服务经营系统 …… (434)
2. 服务质量的管理 …… (435)
3. 服务需求的管理 …… (439)
4. 生产能力的管理 …… (446)

第七章 社会营销也要讲品牌:方法与实例…(455)

- 一 品牌与社会经营的方法 (457)
 - 1. 名牌大学营销 (460)
 - 2. 品牌营销计划 (461)
 - 3. 怎样,由谁来完成计划..... (467)
 - 4. 表面问题 (467)
- 二 品牌与保健实例(The case of Health Care)
..... (469)
- 三 美国未成年人的性教育措施与营销... (478)
 - 1. 背景..... (480)
 - 2. 成为全国性悲剧的未成年人怀孕..... (481)
 - 3. 公众的看法..... (482)
 - 4. 计划生育协会的反应 (484)
 - 5. 观点营销 (485)
 - 6. 关键人物的看法 (486)
 - 7. 由怀孕引起机构间的争论..... (495)
 - 8. 为青少年提供的公费或低收费服务... (496)
 - 9. 对未成年人正常的医疗保健工作..... (497)
 - 10. 对服务的宣传..... (498)
- 四 单身自助组织品牌营销实例 (502)
 - 1. 背景..... (505)

2. 单身组织的兴趣	(506)
3. 主要的战略思想	(510)
4. 市场分割	(516)
五 推销总统:战术与策略.....	(522)
1. 政治品牌营销的经济内容.....	(525)
2. 在政治活动中营销的一般作用	(526)
3. 零售和销售管理	(536)
4. 品牌营销分割和目标	(538)
六 城市的品牌形象	(550)
——通过奥运会宣传(加拿大)卡尔加里	
七 以社会品牌营销手段援助第三世界	(568)
八 世界食品安全的社会品牌营销计划	(583)

第一章 名牌直销实例、技巧和媒介

本部分详细译介了两个直销实例即世界著名的品牌英国 Rover 小汽车在九十年代采用“综合直销方式”销售汽车给私人买主；美国联合轮胎公司改变原来的销售方式，而采用电话直售，在公司销售部门出现了震动。

成功品牌直销有许多技巧和方法，诸如计划、组织、目标。零售直销是直销的一种重要形式。它有什么技巧原则，请阅读本部分的“四”。

成功直销离不开媒体，包括现代媒体，杂志、报纸、电子传媒（广播电视、有线电视、光盘、电话）。电话营销、直接邮购，电视直销等等都直接与媒体相关。