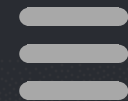


品牌管理与品牌塑造与口碑 传播

汇报人：XX
2024-01-21



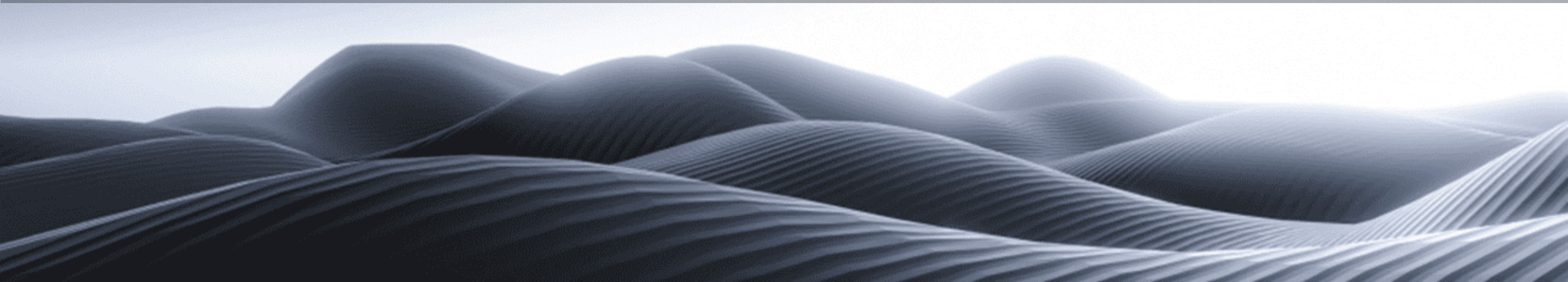
contents

目录

- 品牌管理概述
- 品牌塑造策略
- 口碑传播机制与影响
- 品牌管理与口碑传播实践案例
- 挑战与对策
- 总结与展望

01

品牌管理概述





品牌定义与价值



品牌定义

品牌是一种名称、术语、设计、符号或其他特征，用于区分一个卖家的产品或服务与其他卖家的产品或服务。



品牌价值

品牌价值体现在消费者对品牌的认知、信任和忠诚度上，是品牌为产品或服务带来的附加价值。



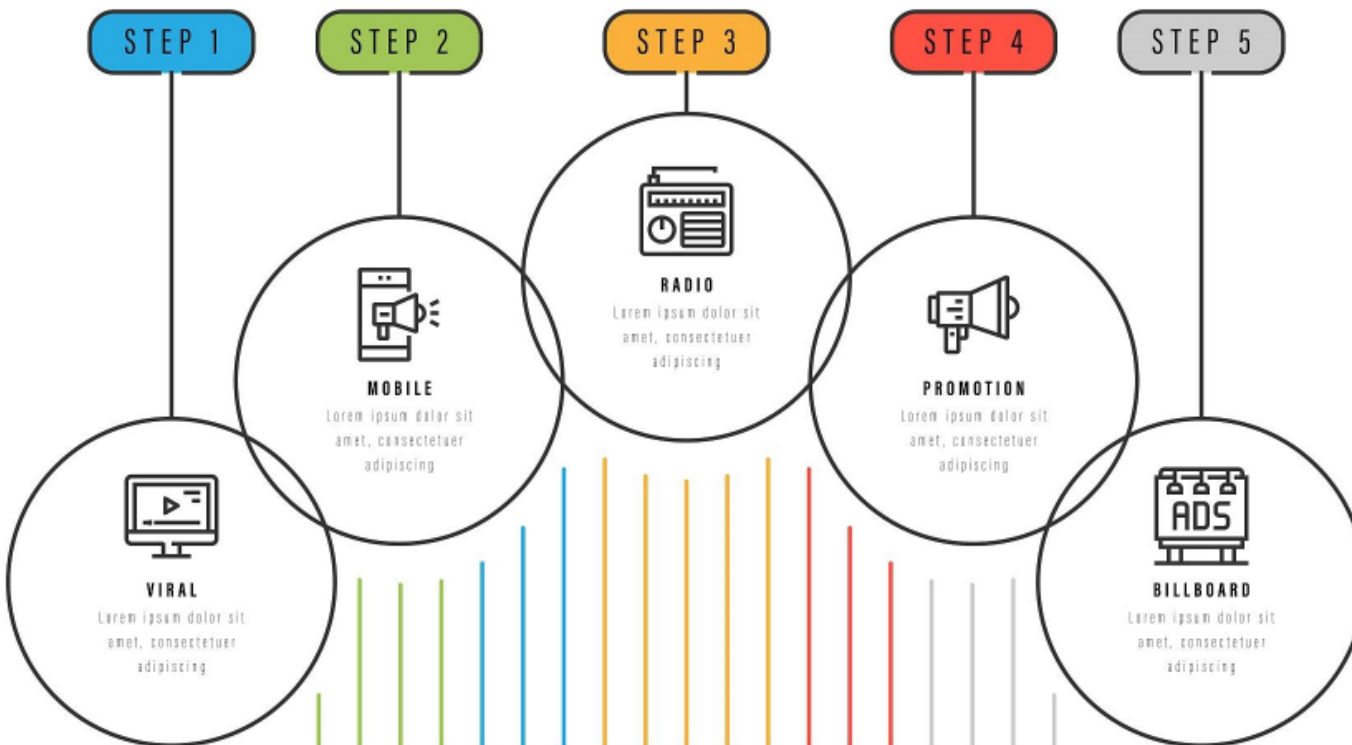
品牌管理目标与原则

品牌管理目标

通过有效的品牌管理，提升品牌知名度、美誉度和忠诚度，进而实现品牌资产的增值和市场份额的扩大。

品牌管理原则

包括一致性原则、长期性原则、差异性原则、全员参与原则和以客户为中心原则。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/387154150146006115>