

零售业背景下公司品牌联想理论与实证研究



作者：李鹏举著

出版社：成都：西南交通大学出版社

出版日期：2017.05

总页数：181

介绍：本书拟从近年来一个热点研究，即公司品牌联想入手，基于大型焦点群体访谈、海量文献梳理等研究方法，从“零售商能力”“社会责任”等以前的商店形象研究所鲜见的视角重塑商店形象的内涵和维度，创新性地把商店形象分为“能力联想、声名联想、社会联想、价格联想”等四大维度，为零售商提升商店形象、找寻市场定位点，最终改善商店评价和赢得顾客忠诚提供崭新理论建构和实用化对策建议。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/14280763.html>）查找全本阅读方式

零售业背景下公司品牌联想理论与实证研究 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/14280763.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/14280763.html>

书名：零售业背景下公司品牌联想理论与实证研究