

品牌年轻化



作者：王琮译；（荷兰）乔瑞·范·登·伯格，马蒂亚斯·波赫尔

出版社：北京：中信出版社

出版日期：2019.10

总页数：337

介绍：当下很多品牌意识到，只有实现年轻化，才能抓住年轻用户，成功营销。无论是故宫文创、李宁、百雀羚、海尔，还是可口可乐、李维斯、红牛、Supreme，都是通过品牌年轻化，实现销量和品牌价值的再次增长。《财富》世界500强公司的营销顾问乔瑞·范·登·伯格对年轻人市场的消费心理和消费行为提出了深刻见解。他认为，只有以酷感、真实感、独特感、认同感和幸福感这五大营销逻辑驱动品牌年轻化，才能真正抓住年轻用户，实现品牌突围。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/14699988.html>）查找全本阅读方式

品牌年轻化 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/14699988.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/14699988.html>

书名：品牌年轻化