

راهکارهای تبلیغات و بازاریابی (۲۹)

شکست‌های نام‌های تجاری

حقایق در خصوص ۱۰۰ خطای
فاحش و تاریخی در ساخت برند

نویسنده:

مت هیگ

مترجمان:

دکتر احمد روستا و فاطمه اللهیاری

ویراستار:

حسین رسولی

سر ویراستار:

سید امیرمهدی اصغری

ISBN 978-600-5251-23-8

شابک ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۱-۲۳-۸

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

بیت

انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

فهرست

- در ستایش این کتاب ۱
پیشگفتار ۵
فصل ۱: مقدمه ۹
فصل ۲: بارزترین نمونه‌های شکست ۱۹
فصل ۳: شکست ایده‌ها ۴۷
فصل ۴: شکست در بسط برند ۸۹
فصل ۵: شکست در حوزه روابط عمومی ۱۳۷
فصل ۶: شکست‌های فرهنگی ۱۷۱
فصل ۷: شکست چهره‌ها ۱۹۵
فصل ۸: شکست در تجدید برند ۲۱۵
فصل ۹: شکست در حوزه اینترنت و فن‌آوری‌های نوین ۲۳۹
فصل ۱۰: برندهای رو به انقراض ۲۷۷

