

《十大经典案例：奥运营销TOP TEN》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2008年12月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787500935612

编辑推荐

一本囊括2008北京奥运营销经典之作的案例集锦，一本由权威专家专业剖析、社会公众检验推荐的营销宝典。

内容简介

奥运营销可以追溯到1896年现代奥林匹克运动的起源，那时候企业为奥运会的筹备工作提供服务，并应邀在官方活动中进行广告宣传。自此之后，奥运营销发生了重大的改变，但自始至终有一点是毫无疑问的：如果没有商业领域的支持，我们不可能把奥运会办成现在人们所熟知的样子。

如今，我们拥有高度成熟的营销项目，为各届奥运会提供重要的资金、产品、科技与技术的支持；并通过针对国际奥委会的尖端项目服务于国际，通过针对主办城市组织委员会与所在国家奥组委的项目服务于地方。

2008年北京奥运营销项目无疑是到目前为止国内商业项目中最成功的。通过地方赞助商身份，特许商品与门票的销售，此次营销项目以超过10亿美元的收入创历史最高。

海内外的公司带着极大的热情踏上了这次奥运之旅，除了为奥运会提供物质方面的支持之外，他们还通过积极开展营销工作将奥林匹克运动及其理想播撒到中国及世界千千万万人民的身边。因此，我们不只是简单的赞助关系，我们深信，双方会保持持久的合作伙伴关系。

在北京奥运会举办过程中，每一个合作伙伴、赞助商与供应商都扮演着积极的角色。这本书所讲述的十个经典案例在赞助商和产品领域跨越各层次与各类别。本书着重分析了这些公司是如何为奥运会提供支持并以此来发展自身，创造一个真正双赢局面的。

目录

序 海博格：奥运营销改变中国

可口可乐：畅爽奥运红色风潮

联想：一起奥运一起联想

中国银行：百年奥运百年中行

中国人保财险：金牌服务，构筑金牌奥运保障

搜狐：看奥运上搜狐

燕京啤酒：感动世界，超越梦想！燕京啤酒，为中国干杯！

海尔：2008我们是奥运的主人

青岛啤酒：奥运营销不是放焰火

恒源祥：最“牛”羊毛恒源祥编织奥运梦想

长城葡萄酒：荣耀时刻共品长城

在线试读部分章节

可口可乐：畅爽奥运红色风潮

奥运会的独特性和魅力，不仅在于它浓厚的文化氛围和奥运精神的传递，也在于它的纯洁性和追求人类和平、团结的理想。世界上除了奥运会，没有一项盛会能够既包含全球最高水平的体育赛事，又包含强烈的人文色彩和浓郁的文化色彩。唯有奥运会，才能将运动员的精彩表现和一系列价值观完美融合，人们可以从奥林匹克主旋律中感受到和平、友谊、完美、超越自我、尽善尽美等一系列人文理想。

奥林匹克运动的精神是“更快、更高、更强”，正好吻合了可口可乐“乐观奔放、积极向上、勇于面对困难”的核心品牌价值。可口可乐的奥运营销原则就是把奥运精神、品牌内涵和与消费者联系这三点连成一线。作为大众消费品，可口可乐已经连续数年位居全球品牌价值之首，如果可口可乐没有与“奥运”这个全球最吸引眼球的体育赛事结合在一起，就不可能有今天这样的品牌影响力。

2008年奥运会对于北京是个节日，对于可口可乐来说也是个重要的时期。因为自1928年阿姆斯特丹奥运会首次成为赞助商至北京2008年奥运会，可口可乐对奥林匹克运动的支持已经持续了80年。我们对可口可乐在中国取得的成功感到兴奋和鼓舞，能与中国经济同步发展是我们的幸运。

.....

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)