**新 书 推 荐**

**中文书名：****《全维品牌传播：高效品牌传播指南》**

**英文书名：Holistic Brand Communication: A guide for effective brand communication**

**德文书名：Holistic Brand Communication: Ein Guide für die erfolgreiche Markenkommunikation**

**作 者：Hannah Leimert, Torsten Tomczak, Philipp Scharfenberger, Jörn Redler**

**出 版 社：Campus Verlag**

**代理公司：Campus /ANA/ Winney**

**页 数：224页**

**出版时间：2025年5月**

**代理地区：中国大陆、台湾**

**审读资料：电子稿**

**类 型：经管/大众文化**

**内容简介：**

**品牌传播成功的四大制胜要素**

长期以来，大规模传统媒体投放都作为高效品牌传播准则，但新规则已然崛起。随着品牌触点数字化倍增与共创世界的到来，竞争格局已发生了根本的改变。许多营销管理者正不安面对这场变革。

《全维品牌传播》直面挑战，揭示如何通过整体品牌传播持续推动企业成功。这一全新方法论聚焦四大元任务：吸引力（Allure）、寓教于乐（Edutain）、深度联结（Bond）、生态协调（Moderate），助企业通过全景品牌传播创造持续价值。

• 品牌传播成功的四大新要素

• 含阿迪达斯、宝马、耐克、梅赛德斯-奔驰、Spotify等20余个头部品牌案例

• 基于研究的全局性方法论

**作者简介：**

**汉娜·莱默特（Hannah Leimert）**，博士，圣加仑大学项目经理兼讲师，其研究与产业合作聚焦品牌传播领域。

**托尔斯滕·托姆扎克（Torsten Tomczak）**，博士，博士，圣加仑大学工商管理与市场营销教授，数十年为品牌、营销传播与创新领域企业提供咨询。

**菲利普·沙尔芬伯格（Philipp Scharfenberger）**，博士，圣加仑大学项目经理兼讲师，研究及产业合作聚焦品牌管理、营销传播与消费者行为。

**约恩·雷德勒（Jörn Redler）**，博士，教授，美因茨应用技术大学工商管理教授（主攻市场营销），研究聚焦品牌管理与销售点传播，曾任多个管理职位。

**感谢您的阅读！**

**请将反馈信息发至：版权负责人**

**Email**：Rights@nurnberg.com.cn

安德鲁·纳伯格联合国际有限公司北京代表处

北京市海淀区中关村大街甲59号中国人民大学文化大厦1705室, 邮编：100872

电话：010-82504106, 传真：010-82504200

公司网址：[http://www.nurnberg.com.cn](http://www.nurnberg.com.cn/)

书目下载：<http://www.nurnberg.com.cn/booklist_zh/list.aspx>

书讯浏览：<http://www.nurnberg.com.cn/book/book.aspx>

视频推荐：<http://www.nurnberg.com.cn/video/video.aspx>

豆瓣小站：<http://site.douban.com/110577/>

新浪微博：[安德鲁纳伯格公司的微博\_微博 (weibo.com)](https://weibo.com/1877653117/profile?topnav=1&wvr=6)

微信订阅号：ANABJ2002

