

文章摘要

余頔.基于互联网的SPA品牌整合传播和形象塑造[J].服饰导刊,2013,2(3):51-56

基于互联网的SPA品牌整合传播和形象塑造

DOI:

中文关键词: SPA; 品牌传播; 品牌形象; 网络; 微博

英文关键词:

基金项目:

作者	单位
余頔	东华大学服装学院

摘要点击次数: 194

全文下载次数: 312

中文摘要:

互联网为品牌传播和品牌形象塑造开拓了新的渠道。作为时尚引导者, SPA充分运用新兴的互联网媒体, 将营销巧妙渗透进消费者的日常生活中, 将品牌与消费者紧密联系在一起, 大大提升了品牌亲和力和影响力。文章分三部分阐述互联网时代的SPA整合传播和形象塑造。第一部分论述了网络传播对SPA的作用; 第二部分从官方网站、B2C网站、网络广告、社交网络和微博五个方面阐述SPA整合传播和形象塑造的网络运作, 其中, 对SPA品牌传播和形象塑造的微博营运作了重点分析。

英文摘要:

[查看全文](#) |
 [查看/发表评论](#) |
 [下载PDF阅读器](#)

关闭

您是第195979位访问者

鄂ICP备15000386号-2

版权所有: 《服饰导刊》编辑部 技术支持: 北京勤云科技发展有限公司