

<<多维广告战>>

图书基本信息

书名：<<多维广告战>>

13位ISBN编号：9787501762439

10位ISBN编号：7501762430

出版时间：2004-1-1

出版时间：中国经济出版社

作者：柏生

页数：426

字数：400000

版权说明：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：<http://www.tushu007.com>

<<多维广告战>>

内容概要

本书是《血色营销三部曲》之一，本书将广告分为19种类型，108个成功策略与经典案例，为您提供多角度、多范围的服务战略与方法。

现在的广告载体有眼花缭乱来形容一点为不为过，网络、电视、报刊、杂志、直投、户外、车体、人体、电梯、墙体……即便你可以躲开电视节目中的令人厌恶的广告片断，可以随间处置报纸中的广告专栏，可以对路牌、公交车体的广告视而不见，但却无法防备那广告售货员这种一对一的广告对你的影响。

有人的地方就有广告，没人的地方也有广告。

任休企业也无法逃避，时间走到今天，我们身处的这个世界不能没有广告！

我们一天了不能没有广告！

<<多维广告战>>

书籍目录

第一类 广告语篇：语不惊人誓不休 策略1：用简洁的文字抓住受众的心 案例：百年可口可乐广告语
策略2：咬住青山不放松 案例：红牛：8年同一句广告词 策略3：聚焦冲击力 案例：20世纪一球百年最佳广告策划 策略4：诉求情感体验 案例：NISSAN汽车—— 案例：equila酒—— 案例：“锐步”运动鞋 案例：美国明尼苏达州科学博物馆 案例：1989年英国TVE电视台—— 案例：佳能公司（照相机） 案例：ERICSSON移动电话 案例：M&M巧克力：不溶石恒久远，一颗沪流传 案例：戴比尔斯钻石：钻石恒久远，一颗永流传 案例：洗衣机广告 案例：酸梅汁广告 案例：人头马广告 案例：Williamas除臭剂 案例：香港尼尔曾莱德泳衣 案例：巴尔克莱银行—— 案例：维聚阿尔眼镜公司—— 案例：1997年福特“远征”——.....第二类 形象篇：透过长发看清我的脸第三类 画面篇：阅尽风景始见金第四类 策划篇：不战而屈人之兵第五类 品牌篇：狭路相逢勇者胜第六类 网络篇：崛起的战争加速器第七类 媒体篇：钢丝绳上的致命舞第八类 文化篇：深厚的历史人底蕴第九类 软文篇：在不经意间打动你的心第十类 派送篇：天下没有免费的午餐第十一类 名人明星篇：挡不住的诱惑第十二类 情感篇：明明白白你的心第十三类 道德篇：利润之外的神圣责任第十四类 事件篇：最贴近消费者的双向造势第十五类 数字篇：为什么偏偏欢你第十六类 性感篇：你怕想要的“性”福？第十八类 整合篇：基业长青的核动力第十九类 实施篇：永为熄灭的烈焰

版权说明

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:<http://www.tushu007.com>