

<<广告与营销完全手册>>

图书基本信息

书名：<<广告与营销完全手册>>

13位ISBN编号：9787501216185

10位ISBN编号：7501216185

出版时间：2002-2

出版时间：第1版(2002年1月1日)

作者：赫切尔·高登·刘易斯(Lewis.H.G.)

页数：228

字数：262

译者：朱蕾蕾

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>

<<广告与营销完全手册>>

内容概要

本书回答“怎样做”才能最大限度地扩大广告的影响力；“怎样做”才能最有效地发挥营销方式的效率。

本书不带偏见地解剖每一种媒体，告诉你应做什么，避免做什么。结合那些最成功的广告作品，着力指导怎样撰写最有效的商业广告、杂志或因特网上的目录广告；怎样使豆腐块广告、插页广告、黄页广告收到超值回报；怎样利用电话、广告单进行推销；怎样使用电视直销和电视广告、广播广告手段；如何散发纪念品；文案写作技巧；怎样对老年人进行推销；怎样进行后续邮件广告……成功和失败，优秀和低劣，长处和短处，奇妙和愚笨，旁征博引，左右逢源。全书看不到任何没有经过实践检验的理所有的观点都基于坚实的试验研究。

<<广告与营销完全手册>>

书籍目录

前言

第一章：本书特点

第二章：顾客分级与“忠诚”计划

第三章：如何写作商业信函

第四章：电话推销：如何通过电话开展销售

第五章：通过高效目录广告提供大量信息

第六章：撰写目录杂志广告——需要技巧但不难

第七章：筹划因特网上的目录广告

第八章：在因特网上做广告

第九章：让豆腐块广告收到超值回报

第十章：有效的插页广告法则

第十一章：有效的分类广告

第十二章：有效的黄页广告

第十三章：怎样利用广告单进行推销

第十四章：电视直销和电视广告

第十五章：有效广播广告的简易法则

第十六章：针对老年人的营销

第十七章：后续邮件广告法

第十八章：如何运用证词

第十九章：有效筹资

第二十章：怎样设计回函格式

第二十一章：期待更多回复吗？

告诉他们怎么做，或问他们一个问题

第二十二章：自动强效法

第二十三章：加强反应的技巧集锦——录以备忘

<<广告与营销完全手册>>

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>