

<<广告我来做>>

图书基本信息

书名：<<广告我来做>>

13位ISBN编号：9787543218741

10位ISBN编号：7543218747

出版时间：2010-12

出版时间：格致出版社

作者：(美) 汉恩 著
叶巍岭

页数：390

译者：叶巍岭

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>

<<广告我来做>>

内容概要

《广告我来做》作为一个创业者或中小企业主，也许你的公司缺少广告预算，也许你总是无法满意外包的广告作品，现在你是不是正在考虑自己动手来做广告？

《广告我来做》就是向读者详述了一系列切实可行的、经过实践考验的做法，以帮助你们在预算有限的情况下成功创作出麦迪逊大街水准的广告。

《广告我来做》的撰写非常实用，这些实用的行动指南详细解释了每个步骤的做法，在计划、日程、预算、创意事项和制作事项的各方面都提供了操作性建议。

<<广告我来做>>

书籍目录

简介第1章 品牌和品牌资产评估传统的品牌分析方法品牌的活力资产你的总分是多少？
第2章 报纸和杂志广告为什么做广告为你的广告支付多少费用买鼠标的人不是老鼠：如何找到你的目标受众开始设计广告写广告：重要的是突出利益点不管你独自进行还是有一组人参加，在头脑风暴中你需要牢记的事情写广告从哪里开始撰写广告的正文排版前的最后核对制作：从手稿和布局图到最后的广告成品广告测试什么时候需要改变广告合作广告关于报纸 / 杂志广告检核表第3章 选择印刷媒介谁在读报谁在读杂志怎样为广告选择印刷媒介如果你不知道该去哪里做广告如何搜索题目第4章 传单、宣传手册、海报和邀请函传单和宣传手册之间的差别简明的程序指南决定促销目的设定期限建立预算促销创意纲要基本的设计构思文稿撰写：产品特色和利益的重要性布局和设计字体、版面式样、排字、桌面排版系统传单、宣传手册检核表注释海报、邀请函和特约海报邀请函邀请函和邀请海报检核表注释第5章 直接邮寄广告与数据库直复营销直复营销方法直接邮寄广告你所需要知道的直复营销相关法律创作或监督：何时做哪一件事直邮名录测试的必要性创立自己的直邮：信件信封和引题回邮信封和回复卡直邮花费、测试以及预算规则直接邮寄广告创意检核表注释直邮订购、直复营销和数据库直复营销第6章 产品目录——针对追求创新又爱挑剔之人的一项设计决定目标和约束条件内部审批体系制作产品目录目录的实体制作任务还没有结束，直到……目录检核表的注意事项第7章 户外广告和促销传统户外媒介基于场所的媒介事件营销传统户外媒介的策划与购买30封户外招贴架的户外展示城际汽车和公交汽车广告其他与交通设施相关的广告航空 / 气球广告机场广告飞机机舱内广告购物中心和餐饮区广告商场指引信息电子化运动 / 健身 / 娱乐场所广告校园广告电影院、音乐会和剧院广告你是否曾经想过……户外广告的检核表第8章 成功的黄页广告黄页广告的经济学作为“市场镜子”的黄页投资回报占用理论决策过程如何证明更多的黄页广告是值得的规划与设计跟踪黄页广告的投资回报市场中繁多的名录以折扣价购买广告成功黄页广告的三种主要形式黄页广告一览表的注释第9章 从电话营销到电话服务电话服务的机会技术和操作因素电话服务商做些什么电话服务的类型从内部运作中寻找你需要的帮助通过外包寻找你需要的帮助电话服务检核表的注释第10章 传真和广播式传真三种新媒介何时广播你的传真寻找广播式传真公司建立你的数据库个性化定制广播式传真广播式传真检核表注释第11章 网络广告的基本原理——不一定要从网络开始本章讲述了什么使你的网站家喻户晓使用电子邮件的总结向万维网进军科技和营销回应总结网络广告基本原理检核表注释第12章 宣传与公共关系关于网络公关宣传与公共关系必须确立共同接受的公关程序如何让好消息利益最大化媒介简报或新闻报告整套媒介材料如何得到地方性媒介的报道获得全国性媒介报道的三个方法从你的宣传中得到更多公关何时切勿亲历亲为对，你也可以自己来公关，不过只是有时候宣传公关检核表注释第13章 音像广告创意与制作——录像、光盘、电视、无线电和网站寻找音像“合作伙伴”广告主和音像广告创作力现场摄制音像剪辑的艺术复本制作的艺术音像广告创作与制作检核表注释第14章 大会、贸易展览会、消费者展览会以及会议如何与众不同及其重要性为什么要关注贸易展览会营销值得参加吗你和他们为什么来到展会如何吸引你和他们的注意力成功展览中的广告牌吸引潜在客户的个人注意展览空间你的展览方式一次性展架订购新的展架新展台施工检核表注释大会/贸易展览会会议检核表注释第15章 打样和印刷菲林分色和打样文件菲林准备检核表注释印刷 / 装订检核表注释第16章 分送——与你的直邮制作公司 (DMPC) 合作直邮制作公司信件投递公司检核表的注释

<<广告我来做>>

章节摘录

9.亲和力 是的，亲和力也很关键！

亲和力当然可以量化。

如果你的沟通或是你的品牌具有亲和力，人们自然就会喜欢你所传递的信息。

这一结论基于一个基本事实：人们愿意从他所喜欢的人（品牌）那里购买商品。

在消费者的购买行为中，没有完全的理性购买，从来没有！

如果你的品牌令人喜爱，那此项的最高得分是5分， 10.分销贸易支持 热衷于分销贸易支持最大好处就是使得你能与竞争对手相抗衡。

当然，对许多品牌持有者而言，分销贸易支持的作用还有许多，在某些行业中，分销贸易支持甚至是至关品牌生死存亡的大事。

记住，在今天这种商业环境中，你只有让你的贸易关系网成员们相信你正在帮助他们共同实现目标，你才能实现你自己的目标。

每个销售团队都应该因为擅长于关系销售而被雇用。

在0~5分的范围内给这项因素打分，用来表示s竞争对手相比，你的品牌在多大程度上得至4了贸易支持。

11.销售团队 你应该知道，你在第7项“分销”所打下的分数将说明你需要了解哪些有关你的销售团队的信息。

销售组织内部任何一个大的改变都会给已经建立起来的分销渠道带来活力。

增加一些销售代表，更换销售部门的管理者，或是修改销售补贴政策，像这样的重要变化都可能会强化或减弱分销力量，甚至意味着付出巨大的代价。

如果你计划做一些这样的变化，就得尽可能在区域性市场里试行一下，并视其后果而定。

这种试行可以使你在灾难来临前及时修改政策。

……

<<广告我来做>>

编辑推荐

手把手教你成功制作自己的：广告、手册、目录、直邮、网站、黄页。
广告设计制作与管理指南。

<<广告我来做>>

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>