第一图书网, tushu007.com

<<文案创作完全手册（第3版）>>

图书基本信息

书名：<<文案创作完全手册（第3版）>>

13位ISBN编号：9787550216525

10位ISBN编号：7550216525

出版时间：2013-9

出版时间：北京联合出版公司·后浪出版公司

作者：[美]罗伯特·布莱(Robert W.Bly)

译者：刘怡女,袁婧

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

第一图书网, tushu007.com

前言

第一图书网, tushu007.com

内容概要

第一图书网, tushu007.com

作者简介

罗伯特·布莱，享誉美国广告界的传奇文案写手，被旗下拥有标准普尔的麦格劳·希尔公司评为“美国最顶尖的文案人”，他的写作技巧曾被广告人大卫·奥格威大加赞赏。
与他合作过的客户包括：IBM、《福布斯》、朗讯科技、《医疗经济学期刊》等。
布莱亦于纽约大学开设了文案写作课程，并曾经为许多企业、协会等团体主讲营销讲座，常受邀于电台、电视节目与多份期刊，分享营销写作技巧。
布莱的著作逾60本，文章亦散见于众多出版物，包括：《柯梦波丹》、《读者文摘》、《商业营销》、《概念分享》在线杂志、《DM新闻》以及《直复营销》。
译者简介刘怡女，现任职于媒体，中国台湾中兴大学外文系毕业，英国东安格里亚大学社会经济系硕士。
译作包括：《瞬间唤醒思考力！
每天都能做的大脑全区活化训练》《这么问，客户真难拒绝你！
》等书。
袁婧，现于中国传媒大学攻读国际新闻与传播硕士学位。
曾译有佳能5D3教程。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

简目第3版序言 3第1版序言 4致谢 6第一章 下笔前，先搞清楚什么叫“广告文案”！1第二章 如何写出吸引注意的标题 11第三章 你的广告文案，读者真的看得懂吗 33第四章 抓对卖点，写出热卖文案！57第五章 这样做市场研究，让你的广告文案成功一半 87第六章 平面广告文案：营销人必练的基本功 109第七章 直邮广告：最个人化的营销管道 135与其他：大量信息考验你的组织能力 157第九章 公关新闻稿：“产品说明”是最无趣的信息 183第十章 电视广告与多媒体文案：有效结合视听效果，打造热卖广告！207第十一章 网络文案：善用“水岸模式”，打造人气网站 235第十二章 电子邮件营销文案：别让好文案被扔进“垃圾邮件箱” 259第十三章 如何获得文案写作的工作 287第十四章 如何聘用文案写手，并与他们一同工作 313第十五章 能沟通视觉概念就好，文案人不是艺术指导！333重要词汇 345出版后记 354

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

第一图书网, tushu007.com

后记

在人类迈入信息时代的今天，信息量暴增，无论在互联网、杂志、电视、报纸甚至个人邮箱上，都有太多事物在竞逐大众的注意力。
在这种背景下，要使一条广告脱颖而出，都变成了难如登天的事。
那些不够努力抓住消费者的广告，最后只能悄无声息地淹没在这个残酷的广告战场中。
要在这场混战中获胜，广告文案必须要有极强的销售力度。
本书作者罗伯特·布莱从事文案写作和教学超过25年，精通文案写作的诀窍。
这本书是他多年文案写作经验的总结。
他认为“销售”才是广告的目标，广告的视觉效果、风格和文字应该交由产品和潜在顾客主导，而不应去追随当下广告业的流行做法。
作者认为要说服消费者购买商品，文案必须要做到三点：吸引注意力，达到沟通效果和说服消费者。
书中围绕这三点展开了精彩的讲述，作者具体地提出了能够让我们达到这些目的的写作步骤和指导原则，而随之引出的生动案例，有助于读者快速深刻地领会极具销售力度文案的写作要旨。
读者通过这些步骤的训练，必能走出灵感的枯竭，源源不断地写出充满创意，直中顾客心坎的精彩文案。
作为一名自由接案写手，作者多年来接触了不同领域的客户，拥有撰写多种广告文案的丰富经验。
书中详细介绍了平面广告、宣传手册、直邮广告、公关新闻稿、网站文案的写作技巧，告诉读者如何通过把握不同媒体的特性，以及不同消费者的特质来运用相应的技巧进行写作。
希望以此启发读者从不同消费者的视觉和感受出发，写出能真正引起顾客共鸣，对应顾客内在渴求的文案。
对比国内广告教材偏重理论和概念的阐述，本书从实战的角度出发，有机地穿插国际广告界中的重要理论和作者多年总结的心得，使得本书行文生动而又充满洞见。
这本文案经典经过三次修订，它在海外影响甚广相信也能启发国内的读者，写出有力度的文案，让作品从浩瀚的广告海洋中脱颖而出。

第一图书网, tushu007.com

媒体关注与评论

我不知道有谁读了这本书之后，文案功力还不会进步神速——包括我也是！
——广告教父大卫·奥格威本书在两个层面上效果卓越。
对入门者来说，本书就广告文案写作提供了清楚明了、全面性的指引与技巧；对已经入行的专业人士来说，本书回归重要的基本面，应该被放在书架上最显眼的地方。
——《洛杉矶时报》不只是写作新手，就算是高居主管职位、或身处顾客端的人，都应该将本书当成基本配备。
——《广告日》

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

畅销美国30年，顶级广告人传授超实用文案秘诀。
8种标题9种特质11种方法让你轻松掌握最有效的广告技巧，像顶级广告人一样写出热卖文案。
各界营销人员、广告人士、淘宝店主最好用的参考书，让销售量连翻几倍！
本书是广告教父奥格威力荐的经典文案教材，能让你快速全面提升文案水平。
台湾译者的中英文水平异常精良，最大程度地体现了原来文案的精髓。
拿起本书的你，如果是位新手，这将是一本不可多得的入门经典。
这本书的写作要诀，非常值得一位新手去仔细琢磨。
而如果你是广告业的资深人士，也推荐你将这本书放到案头，这些内容会时时让你深有感触。

第一图书网, tushu007.com

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