

<<方法>>

图书基本信息

书名：<<方法>>

13位ISBN编号：9787801062871

10位ISBN编号：7801062876

出版时间：2003-10

出版时间：中国线装书局

作者：文武文

页数：330

字数：300000

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>

<<方法>>

内容概要

这是一本即将对中国广告业产生重大影响的书。

不仅是因为本书收集了国际最著名广告公司内部核心操作方法，包括品牌策略、提案比稿、客户关系、管理培训、文案创意、媒介策划、经典案例等等，更因为本书是经过无数优秀的广告人在接受国际大广告公司有关培训或学习后，再结合国内本土化广告公司的切身特点总结，提炼出来的，非常实用，可以说国内本土广告公司拿来即可用。

本书内容在出版前，以手抄本或拷贝盘的形式，在广州、上海、北京等地部分大广告公司中间流传着。

得之者如获至宝，对外秘而不宣，并谨遵其行事，工作成绩斐然，大有改观。

中国本土广告业的力量还是很薄弱的，与世界著名广告公司相比，差距较大，据有关统计，2002年我国广告营业额总计为395.65亿元，仅为两三家国际大广告公司的营业额之和。

这不得不让我们深思：我们该如何走，才能加快发展步伐？

我们不能不学习这些国际优秀广告公司的核心理念与操作方法，在“洋为中用”的同时，建立并发展自己的经营风格和品牌价值。

这是一本广告书，但这又不仅仅是一本广告书，它也涉及了市场、开发、营销、产品、创意、定位、管理、品牌、客户服务等方方面面，本书不仅对广告公司，对各企业也同样很有裨益。

书籍目录

第一章 品牌策略工具 第一节 奥美360度品牌管理基础 第二节 奥美企划工具箱之发展三角关系 第三节 奥美创意简报之九阴真经 第四节 智威汤逊品牌工具之企划循环 第五节 智威汤逊策略之道之品牌 第六节 智威汤逊客户简报——如何撰写T计划 第七节 恒美之ROI品牌工具 第八节 Saatchi如何做好创意简报 第九节 麦肯销售策略简报第二章 文案创意 第一节 奥美将创意进行到底 第二节 奥美打破思维障碍的方法 第三节 怎么做创意 第四节 创意的八则心法 第五节 恒美如何得到好创意 第六节 达美高广告公司的创意标准 第七节 创意过程是可以被管理的 第八节 智威汤逊创意观 第九节 改变就是创意第三章 客户关系 第一节 奥美如何开发客户 第二节 奥美如何与客户开会 第三节 盛世长城开发新客户的前期表单 第四节 灵狮开发客户的“十全大补贴” 第五节 灵狮维护客户关系的七项要点 第六节 达彼思怎样对客户部培训 第七节 广告公司如何维护成功的客户关系 第八节 给客户的12点建议——客户简报 第九节 客户对广告公司同仁的13条忠告第四章 提案比稿 第一节 奥美提案技巧 第二节 精信怎样提案 第三节 梅高如何使提案成功 第四节 提高卖稿力的几个诀窍第五章 媒介策划 第一节 奥美如何做好媒介简报 第二节 盛世长城媒介简报核心内容 第三节 某品牌牙膏年度媒介计划第六章 管理培训 第一节 国际公司如何管理广告人 第二节 奥美人力资源培训 第三节 奥美所需要的人才 第四节 李奥贝纳的100句名言 第五节 员工考核计划表第七章 经典案例 第一节 从有到无建立品牌——奥美左岸咖啡案例 第二节 奥美御苾蓉整合传播策略 第三节 博报大桥御苾蓉整合传播策略 第四节 奥美99年海尔波轮洗衣机品牌行销规划建设 第五节 奥美2000年黑妹牙膏传播活动建议案 第六节 奥美科龙品牌策略

<<方法>>

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>