

<<游击广告>>

图书基本信息

书名：<<游击广告>>

13位ISBN编号：9787807000655

10位ISBN编号：7807000651

出版时间：2005-9

出版时间：海南

作者：杰伊·康拉德·莱文森

页数：272

译者：郭峰

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>

<<游击广告>>

内容概要

在本书，作者杰伊·康拉德·莱文森详细介绍了广告策略的制定，有效的广告和文案的设计，并且在广告效益最大化方面提出了现今的广告成功和失败的逸闻趣事，读起来既不感到索然无味，同时还可以学到经济有效地做广告的基本要点。

<<游击广告>>

作者简介

杰伊·康拉德·莱文森，游击营销国际总裁，曾在世界各地的著名公司、培训机构和一流院校举办过无数次营销讲座。

他曾写过或与人合写过游击营销系列中的12本畅销书，这些书在全世界已销售100多万册。

<<游击广告>>

书籍目录

第一部分 聚焦目标 第1章 游击广告策略 第2章 锁定目标消费群 第3章 选择广告媒体 第4章 策划
广告宣传 and 促销 第5章 了解目标消费群真正想要什么 第6章 让自己和目标消费群都变得具体 第二
部分 创造力的源泉 第7章 创造力从哪儿来 第8章 创意的威力 第9章 游击者“集思广益会” 第10
章 创造性的5个步骤 第11章 了解并智胜竞争对手 第12章 关注最前沿的发展趋势 第13章 制定经久
不衰的广告 第三部分 最大的利润来自广告和促销 第14章 知道投资多少 第15章 不超出任何预算
第16章 削减开支而不失质量 第17章 期待广告代理做些什么 第18章 小钱造大爆炸 第19章 面对现
实 第20章 促销在广告中的角色 第四部分 来自前线的游击情报 第21章 立场、外观和个性 第22章
见效的广告及其原因 第23章 见效的促销及其原因 第24章 为什么众多的广告会失败 第25章 卷起
袖子投入工作 第五部分 大标题、文案和图案 第26章 拟定能激发行动的大标题 第27章 撰写能激起
购买欲的文案 第28章 运用给人以深刻印象的图案 第29章 赋予广告以灵活性 第六部分 让战术适合
媒体 第30章 以印刷媒体中取得成果 第31章 创造有效的电台广告片 第32章 电视广告的真谛
第33章 制作纸质和电子宣传手册 第34章 黄页与分类广告的专长 第35章 开展令人振奋的促销活动
第36章 游击招牌、购买点和优惠券 第37章 游击公关资料 第七部分 游击者的广告态度 第38章 研究
的重要性 第39章 测试的必要性 第40章 不断改善的职责 第41章 毋需妥协 第42章 必须始终采取
行动 后记 游击者的优势 词汇表

<<游击广告>>

编辑推荐

如何以少投入制作高回报广告，利用非常规策略实现常规目标 以最少的投资谋求最大的回报。
营销经典。

“游击”的核心理念在于：在激烈的市场营销中，打破常规，运用新、奇、特的点子，不靠大肆宣传和花费，充分利用有限的资源，以最少的投资谋求最大的回报。

通过阅读本书，你将学到如何：
制定广告策略 设计有效的广告和文案 达到
广告效益最大化 聚焦观众 节省开支 设计版式和润色文字 调整策略适合媒体
先读读本书，再花钱打广告 游击营销大师杰伊·康拉德·莱文森将已证实的游击智慧运用到营销必不可少的、有吸引力且花费巨大的广告上。
广告铺天盖地，许多人在看到一幅广告后便认为他们懂得什么才是好广告，但是莱文森反复证明了你不_懂的东西才会给你带来伤害。

<<游击广告>>

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>