

<<营销创新力>>

图书基本信息

书名：<<营销创新力>>

13位ISBN编号：9787115138491

10位ISBN编号：7115138494

出版时间：2006-7

出版时间：人民邮电出版社

作者：莱文森

页数：200

译者：许仲彦

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>

<<营销创新力>>

内容概要

《营销创新力》阐述了开启营销创新力的新钥匙——沟通元。

沟通元实际上是代表复杂观念的标志或符号。

通过阅读《营销创新力》，读者将学会如何发挥自己的创新力，如何设计优秀的沟通元。

作者通过列举正反两方面的各种沟通元实例，教给读者如何制作引人入胜的营销宣传材料，进而促使企业走向增加销售额、节省营销费用、提高市场占有率的成功之路。

在《营销创新力》中，除了揭示人们购物的50个理由外，作者还剖析了十大营销神话，指出了使营销信息给人以希望、惊奇和紧迫感的途径，并且阐明了许多富有睿智且令人振奋、能使读者轻松获得丰厚利润的营销观念。

《营销创新力》适合企业管理者、营销人员、广告设计者，以及对营销创新领域感兴趣的人士阅读。

<<营销创新力>>

作者简介

杰伊·康拉德·莱文森（Jay Conrad Levinson）先后撰写了十几部有关营销学的专著。他曾是J·沃尔特·汤姆逊（J. Walter Thompson）广告公司和利奥·巴内特（Leo Burnett）广告公司的副总裁与艺术总监，现担任营销创新国际咨询公司（Guerrilla Marketing International）的主席，该公司致力于为全世界各种企业提供营销创新的咨询服务。目前，他居住在美国加利福尼亚州的迈瑞县（Marin）。

<<营销创新力>>

书籍目录

- 第1章 营销创新的目的：改变人的行为/1
远古人类尤巴(Uba)在山洞里发现了“沟通元”，从此改变了尤巴的劳作方式，增加了尤巴的劳动所得，救活了尤巴一家。
时至今日，沟通元救活的不仅是一个家庭，而且是一个企业……
- 第2章 需要创新什么：你的产品或服务能使生活更美好/15
营销创新的落脚点在哪里？
人们购物的理由是什么？
营销人员应当明确，企业要对产品或服务进行创新，而不是营销方式本身。
要深入了解目标顾客心里想什么、担心什么、希望得到什么。
你的产品或服务能为顾客解决什么问题，能否激发目标顾客的想像力是企业营销创新成败的关键。
- 第3章 开启创新力的新钥匙：了解威力无比的沟通元/33
看看meme大师是怎样解释“沟通元”的。
了解沟通元的特征和本质非常重要。
就像计算机软件有条不紊地指挥计算机运行一样，沟通元是一种“脑力软件”，它专门用于支配人们的行为。
- 第4章 创新力来自何方：略加研究便能获得宝贵的知识/63
创新力来自于掌握了丰富知识的人。
我们生活在经济高度全球化的时代，沟通元的设计必须跨越各种文化和语言的界限，这种跨越性越强，沟通元的威力就越大。
- 第5章 形成创新力的方法：把自己变成创造性天才/75
人人都有创新的潜力，一些“小聪明”和“小把戏”算不上创新。
尤其是营销宣传的创新，必须给目标顾客留下深刻的印象。
因此，在设计、创造本企业产品或服务的沟通元时，要让产品和服务具有极强的感染力，能够迅速传播，并具有相当的持久性。
- 第6章 营销创新力的神话：扫除十大障碍，实现成功的营销宣传/97
营销创新人员应该给自己准确定位，明确自己是“商人”，而不是“艺术家”。
要用自己的创新力为企业创造更多的利润。
要努力破除各种各样的营销神话，扫除阻碍营销创新力发挥的障碍，成功实现营销宣传。
- 第7章 创新力的真谛：大多数营销人员看不见的东西/113
创新力是人类固有的本能，它具有五种特性：直觉、意愿、喜悦、力量和同情。
能够激发这些特性的是自信、判断力、精确的观察和提出深刻的问题。
依靠所谓的“灵感突现”，大都靠不住，真正的创新力是长期勤奋和不懈努力的结果。
- 第8章 冲出“营销信息丛林”：创造生动的营销宣传材料/125
企业的营销活动时刻面临着异常激烈的竞争，平均每天都有4 000条以上的营销信息冲击着目标顾客的“眼球”。
似乎每个企业都陷入了层层包围之中，难以冲出这“营销信息丛林”。
怎样才能“独树一帜”地脱颖而出呢？
沟通元凭借自己易于识别和传播迅速的优势，必将发挥出强大的营销促进作用。
- 第9章 创新力定位与持久的耐心：怎样在目标顾客心中占有一席之地/151
“.com”这种与互联网有密切关系的形式，已深深地印入了人们的脑海，并会长期存在下去。
“.com”这样的沟通元如此深入人心也不是一朝一夕的事。
优秀的沟通元设计加上持久的耐心，才是企业营销宣传成功的保证。
只有将制胜的沟通元和超常的耐心紧密结合，才能展现沟通元的威力，创造营销史上的奇迹。
- 第10章 我们为什么比以往更需要沟通元：选对起跑点的重要性/169
在人类进入新千年之际，面对激烈的竞争，企业营销迫切需要采取与以往不同的战略战术，迫切需要拥有新的营销武器和手段。
而沟通元正是企业实现最佳利润和目标的有效武器和手段。
沟通元的产生和运用，预示着营销新纪元的到来！

<<营销创新力>>

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>