

<<广告我来做>>

图书基本信息

书名：<<广告我来做>>

13位ISBN编号：9787208072763

10位ISBN编号：7208072760

出版时间：2007-8

出版时间：上海世纪出版集团（上海人民出版社）

作者：(美)汉恩等

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

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？

这本《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。

本书的撰写非常实用，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>>

### 作者简介

弗雷德·汉恩先生是一位独立顾问，在广告业内有超过35年的从业经验。他是位于芝加哥依文斯敦的Hahn, Crane & Associates广告公司的创始人和总裁。这家公司的客户包括CBS传媒集团的众多子公司、《纽约时报》和《华尔街日报》。另外三位主要作者：汤姆·戴维斯、鲍勃·克里安和肯·麦基尔，也是全美广告行业中知名的专家。

## <<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.....第6章 产品目录——针对追求创新又爱挑剔之人的一项设计第7章 户外广告和促销第8章 成功的黄页广告第9章 从电话营销到电话服务第10章 传真和广播式传真第11章 网络广告的基本原理——不一定要从网络开始第12章 宣传与公共关系第13章 音像广告创意与制作——录像、光盘、电视、无线电和网站第14章 大会、贸易展览会、消费者展览会以及会议第15章 打样和印刷第16章 分送——与你的直邮制作公司（OMPC）合作

<<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>