

<<一个广告人的自白>>

图书基本信息

书名：<<一个广告人的自白>>

13位ISBN编号：9787508620893

10位ISBN编号：7508620895

出版时间：2010-7

出版时间：中信出版社

作者：大卫·奥格威

页数：202

译者：林桦

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>

## <<一个广告人的自白>>

### 前言

大卫·奥格威是个了不起的人。

他做过厨师、挨门挨户的推销员、市场调查员、外交官和农夫，之后才进入广告业。

尽管如此，他却是当代最具敏锐洞察力的企业领导者之一。

抑或正是这些经历使他成为这样的领导者。

他对于广告、对于能够使一家广告公司获得成功的方法、对于如何建立我们的客户所需的强有力的品牌，都做了大量的思考。

不仅如此，他还把这些思考诉诸文字。

从奥美创建初期开始，大卫奥格威就不断地在备忘录、演讲还有最值得注意的——他的著作中，表述他的广告和经营哲学。

大卫的著作受到长久的欢迎，证明他的观点不仅指导了奥美公司，同时是对整个广告业的令人信服的建议。

《一个广告人的自白》无论在风格上还是内容上，都是一个突破——从来没有人以如此的坦率和热情书写这个行业。

《奥格威谈广告》的写作方式则使它更具有启发性，它已经被数十个国家的数百所院校作为广告和营销课程的教材。

这套书中的另一本——《广告大师奥格威——未公诸于世的选集》对于奥美人具有尤其特别的意义。

## <<一个广告人的自白>>

### 内容概要

这本书在过往的广告史上可能是对广告人影响最大的一本，很少有广告人没有看过这本书，一直到现在应该还是，相信未来还是这样。

有些读者不是广告人，而是从事营销工作，是广告人的客户，对他们来讲，这本书应是最好地了解广告业及广告人的书。

而且，就算你已经从事广告业多年，仍可以偶尔拿出来看看，仍会对你有许多启发。

## <<一个广告人的自白>>

### 作者简介

大卫·奥格威:

出身英国的大卫·奥格威，是现代广告业的大师级传奇人物，他一手创立了奥美广告公司，开启了现代广告业的新纪元。

他确立了奥美这个品牌，启蒙了对消费者研究的运用，同时创造出一种崭新的广告文化。

奥格威早年做过厨师、炊具推销员，后移居美

## <<一个广告人的自白>>

### 书籍目录

- 奥美全球主席兼首席执行官序
- 奥美集团亚太区董事长序
- 奥美大中华区董事长序
- 忆《一个广告人的自白》在中国大陆的首次出版
- 英雄死了，英雄万岁
- 阅读奥格威
- 为1991年中文版序
- 本书背后的故事
- 背景
- 第一章 怎样经营广告公司
- 第二章 怎样争取客户
- 第三章 怎样维系客户
- 第四章 怎样当一个好客户
- 第五章 怎样创作高水平的广告
- 第六章 怎样写有效力的文案
- 第七章 怎样使用插图和编排文案
- 第八章 怎样制作上乘的电视广告
- 第九章 怎样为食品、旅游地和专利药品制作优良广告
- 第十章 怎样才能功成名就——对年轻人的进言
- 第十一章 广告是否应予废止
- 译后记
- 译者再记

## <<一个广告人的自白>>

### 章节摘录

(5) 国际旅行的最大障碍是费用。

你的广告应该强调文化和个人身份的特点，让读者觉得他的旅行消费是合理的。

(6) 旅游线路极易受潮流影响。

广告应该把你的国家说成世界热门旅游点。

潮流具有引导旅游消费的魔力。

(7) 人们都梦想遥远的地方。

广告应使他们的梦想变成行动——把潜力转化为实在的力量。

给读者提供“旅游指南”能最好地实现这种转化。

在为英国、美国和波多黎各旅游业做的广告中，用引人入胜的照片加上有针对性的信息的效果最好。

(8) 避免采用外国人不易理解的话题。

有些话题本国人是极易心领神会的，但文化背景不同的外国旅游者——顾客们，是无法领略它们的神韵的。

我的“请君莅临英国观光”的广告出奇成功，但也遭到了英国舆论的猛烈攻击。

他们的理由是，我的广告为英国树立了一个老大帝国的形象——茅屋村舍、旧式生活风尚等等比比皆是，伤害了英国的尊严。

他们指责我把英国描绘成一个农村味儿十足、生活在昔日余晖里的小王国，质问我为什么不去表现“真实”的英国：一个为世界生产了青霉素、喷气式引擎，培育了亨利·摩尔 和建立了原子能发电站的重要的福利工业国。

## <<一个广告人的自白>>

### 后记

《一个广告人的自白》已送到编辑手中了。  
这本书在国际广告界很有影响，已被译成20余种文字出版。  
在美国它的销量已逾30万册，在全球的销量早已超过了100万册。  
广告专业书销量如此之大，还未闻有他例。  
大卫·奥格威也成为广告界之外的人知道的少数广告人之一。  
他如今年届80，虽早已退出“第一线”，但他在国际广告界的名声仍很大。  
这本书在欧美大部分专修广告的科系里，是学生必读的参考书。  
以我的看法，它不仅谈了广告的创作、经营管理，也谈了如何经营管理一般的现代企业。  
我是受到对外经济贸易广告协会姜弘秘书长的鼓励动手翻译它的。  
在翻译过程中，北京电扬广告公司的董事长黄慧琼小姐曾多次指教我；美国伊利诺斯大学广告系主任金姆·罗佐尔教授在中国访问期间，也给了我许多帮助。  
全书译完后，又承奥美广告公司常驻香港的马健伟先生仔细校阅，纠正了许多误译。  
之后，《国际广告》杂志社呼冉女士也认真审查了译文；同时，对外经济贸易广告协会国际联络部李琪女士也帮助审阅译文，他们都提了许多宝贵的意见。

## <<一个广告人的自白>>

### 媒体关注与评论

大卫的著作受到长久的欢迎，证明了他的观点不仅指导了奥美公司，同时是对整个广告业的令人信服的建议，《一个广告人的自白》无论在风格上还是内容上，都是一个突破-从来没有人以如此的坦率和热情书写这个行业。

——夏兰泽（Shelly Lazarus）前奥美全球主席兼首席执行官大卫·奥格威是现代广告最具创造力的推动者。

——《纽约时报》引人入胜，学识渊博的著作，是每位商界人士和投资者极具价值的广告必读书。

——《福布斯》种独特的风格，在每页熊熊燃烧.抓住你的目光，撞击你的思想。

——《华尔街日报》

<<一个广告人的自白>>

编辑推荐

《一个广告人的自白》是由中信出版社出版的。

<<一个广告人的自白>>

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>