第一图书网, tushu007.com

<<奥美观点精选（文化卷）>>

图书基本信息

书名：<<奥美观点精选（文化卷）>>

13位ISBN编号：9787509201138

10位ISBN编号：7509201136

出版时间：2009-7

出版时间：中国市场出版社

作者：奥美公司

页数：168

字数：160000

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

前言

1993年春的某个下午，刚到广告公司工作不久的我，在北京海淀图书城一家书店的角落里发现了一本名为《一个广告人的自白》的小书，作者叫大卫·奥格威。
那之前，我既没听说过这本书，也不知道大卫·奥格威是何许人也。
但书的内容马上抓住了我。
我买回去，如饥似渴地读完，对广告业一片混沌的头脑突然开了个窍。
《一个广告人的自白》成了真正意义上引我入行的第一本专业书，大卫·奥格威也成了我所熟知的第一位广告大师，自此，我对奥美、奥美人物和与奥美有关的书产生了无比的倾慕。
1995年，我创办北京广告人书店（后更名龙之媒广告文化书店）。
当时出版的广告图书还很少，我自己做采购，第一件事就是把包含《一个广告人的自白》的那套“现代广告学名著丛书”买回来，摆到我们的书架上。
其时那套书的畅销期已过，但读者在我们那里见到后仍兴奋不已。
出版社所剩无多，我们就一直进货，直到卖光了出版社的所有库存。
之后好几年，面对读者要买《一个广告人自白》的要求，我们都非常惭愧，然后暗下决心：如果有机会，一定要让这本书永不断档。

内容概要

作为全球最大的营销传播集团之一，奥美公司为众多世界知名的品牌提供专业性的策略顾问和传播服务，如广告、顾客关系营销、公关关系、互动营销、促销和视觉管理等。
而奥美自身，也成为一个值得尊重、高品质、有着非凡创造力和才智的品牌。
知识的分享与传承一直是奥美整合营销传播集团引以为傲的企业文化,先前出版的奥美系列丛书成功地将奥美长久积淀与创新探索而得的思考模式与运作方法与读者分享，并获得了极大回响。
最新策划的《奥美观点精选》系列丛书，按关键议题分为广告、文化、行销、品牌、公关五卷，是《奥美的观点》各卷文章的精选。
这套书将使读者得以分享奥美公司所独有的专业工具的原则、运用以及成功案例。
同时，还可以洞悉奥美公司是如何应对环境的变化以保持领先地位，并领略在时空变迁中保持恒久魅力的奥美文化。

书籍目录

台湾奥美价值观人体尊重——11周年讲话台湾奥美20年亚太奥美的新面貌建立一个Hi-touch & Hi-tech的奥美网络艰困日子中稳步成长广告公司的经营广告之爱一家公司 始于个人一个广告人专业的省思老兵不死谈广告奥美的用才之道奥美体检报告书当我们一起共舞时如何在这行业中快乐又成功行业的习性及训练的省思读宋秩铭的《省思》有感而发大声来谈钱——我们如何赚活吴哥窟的创意盛典“ 新 ”奥美人眼中的香港奥美中国奥美15年及360度品牌服务

章节摘录

插图：第一个问题很容易解决，但也存在很多困难。
人不对，很简单，就是要换。
国泰集团很大，可以转调到其他公司，如果其他公司不收则必须要资遣。
我们一年内换了75%的人，同时又削减了25%的人。
那一段时间其实蛮辛苦，虽然这个决策很单纯，而且也确信这个决策是正确的，但是要去告诉那些在这家公司待了十年的人他并不适合在这个行业继续做下去，那是一件很辛苦的事。
那时候陈信雄和我到国泰建业一起负责这方面的改变。
在整个过程中，我们深刻地了解到评估的重要性。
因为那些人在公司十年来没有人告诉他到底做得好不好，而且评估必须与个人事业计划（如宏暮计划）联结在一起。
所谓宏暮计划，就是你在至少未来三年之内的方向，你在这个企业体内会做到什么程度，这些都是基本而且重要的事情。
此外，对广告这一行来讲，人的判断很重要，但是又很困难，我们至今仍无一套完整的系统来评估某人是否很适合这个行业，所以，前半年的评估是非常重要的，我们必须在半年之内判断一个人是否适合，下了判断之后，公司就必须承担起这个责任。
因此，我们现在都跟新人讲得很清楚，半年之内这个责任不是公司的，半年之后如果公司判断错误，公司必须设法让这个人在组织内发挥功效。
除了评估之外，同时我们也感受到“开除”是必要的。
一般人总觉得开除是不能明讲的，要开除一个人要用迂回的方法和很多暗示。
我们渐渐觉得这是不应该的，因为时间拖得越久，对那个被开除的人愈不公平。

编辑推荐

《奥美观点精选(文化卷)》由中国市场出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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