

<<策划力>>

图书基本信息

书名：<<策划力>>

13位ISBN编号：9787511215321

10位ISBN编号：7511215327

出版时间：2011-10

出版时间：光明日报出版社

作者：徐大伟

页数：256

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>

<<策划力>>

内容概要

《策划力》策划之侠徐大伟先生继《想法日报》、《所有的励志都不上立志》之后的又一力作。“敢想、敢说、敢干”一直是他的为人风格。中国策划界从来不缺理论家，但像徐大伟先生一针见血洞悉问题并身体力行解决问题的策划家太少。一个思如泉涌的年轻人，十几年的实战经验，数十个成功品牌案例，二十五万犀利文字，成就了这本犀利之作--《策划力》。洋洋洒洒的文字，朴朴实实的话语。或犀利点评，或轻描淡写，或辛辣讽刺，或善意提醒，或细微洞察，或耐心解答...致年轻人、致企业家、致策划界，一语天机，微言大义，循循善诱。他，一直都有着多重身份，策划人、创意人、思想者、践行者，徐大伟先生带着他的团队一直在努力...

<<策划力>>

作者简介

徐大伟，策划人、创意人、思想者、践行者；民间流动图书馆馆长、北京徐大伟广告有限公司董事长；中国广告界策划三雄之“策划之侠”；中国十大营销策划家。徐老师也是一位年轻人，所以徐老师的称呼得来不容易，多年来，徐大伟一直东奔西走，折腾不断。做策划、开公司、办免费赠书的“民间流动图书馆”、晒创意、成名博、开专栏、做演讲，做财经节目点评专家、当“创业导师”，开“徐大伟想法课”、推广“公益策划”，现在又写了一本书--《策划力》。他的思想和行为已经改变了或正在改变着很多企业家。

<<策划力>>

书籍目录

1. 中国企业最不应该省的就是“策划费”
2. 我们为什么不卖“爱”？
3. 这个世界太需要“懂事会”了
4. 做出对人类及地球最有利的策划
5. 草原还等我策划
6. 中国山策划计划
7. 策划全中国，策划全世界
8. 只有开发生产“心东”才有大市场
9. 策划是“奢侈品”不是“快消品”
10. 我到哪里，哪里就应该变得更加美好才对
11. 让每一个产品都有香味
12. 公交车能不能成为城市的一道靓丽的风景线？
13. 其实，中国的人才最需要策划
14. 做策划就得有点“堂吉诃德”的劲
15. 我们从来都不懂得创造“梦想之物”
16. “特仑苏”为什么卖得这么好？
17. “公益策划”大有可为
18. 产品营销”与“品牌营销”有什么不同？
19. 策划是什么？
20. 中国品牌目前存在的问题与解答
21. 中国企业家，你们也该补补常识了吧
22. 跟卖“旱地瓜籽”的小姑娘学怎么做广告
23. 给马来西亚华人上“营销课”
24. 危机下的“营销”应该怎么做？
25. 提醒中国企业：少营销，多管理吧
26. 青岛懂不懂城市营销？
27. 中国品牌都是一群“幼鸽”
28. “营销策划”可助中国企业温暖过冬
29. 中国有没有必要成立“国家策划部”？
30. 中国品牌最致命的问题：真“牌”假“品”
31. 中国企业你为什么不懂品牌？
32. 四大才子传媒大学授课明星如何策划营销
33. 向美国、德国体育代表团学营销！
34. 中国策划人都该经常逛逛超市
35. “国学策划”助力2008奥运广告营销

<<策划力>>

36. “爱国营销”正当时
37. 娱乐时代需要“严肃营销”
38. “人营销”计划
39. 策划青岛
40. 跟“阳澄湖大闸蟹”学营销
41. 《变形金刚》美国国家营销成功案例
42. 山的营销
43. 农村营销实验项目
44. 五千年文明营销公司
45. “在商言善”就是一条大成之路啊，中国企业家们
46. 我们能不能走出一条清新脱俗的营销路？

47. “玉树临风”公益产品营销计划
48. 谷歌你为什么不懂得营销自己？

49. 中国企业为什么不赶紧启动“大公益营销”？

50. 电影台词对广告业重要吗？

51. “看不见的手”是合起来的双赢之手
52. 有轨飞机“和谐号”的六个不一样
53. 姜汤上市
54. 奔驰汽车广告哲学
55. “数学企业”比“数字企业”更有未来
56. 50%的中国品牌是假品牌
57. 《变形金刚》美国国家营销成功案例
58. “文商”广告
59. 麦田创造者
60. 中英文广告计
61. 农村营销实验项目
62. “融冰之旅”国民行动
63. 相有新声
64. 国伟事业
65. 水思维
66. 捐款建造中国航母
67. 普洱茶主募捐救灾行动
68. 中国人健康节
69. 香港精神回归中国大陆
70. 正道论坛
71. 变形法则
72. 洋不洋气仍是国人选择商品的标准
73. “刘翔科研组”带给我们的成功启示
74. 广告歌大赛
75. 走后门的顾客就不是顾客？

76. 用兵千日养兵一时
77. 策划人书店

<<策划力>>

78. “三心二意”策划学
79. 中国逐步进入“客户报复”时代
80. 重新”是个好策略
81. 中国误会了“点子”
82. “新劳动法”就是中国企业的“新盈利法”
83. 中国产品需要“中国尺码”
84. 在中国，为什么越贵的东西反而越好卖？

85. 中国二三级市场有多少富人的需求未被满足
86. 你的产品还能配得上你的消费者吗？

87. 来吧，企业家们，读读诗吧！

88. 天底下没有一件不是特别的产品
89. 中国移动每年都要浪费多少广告费？

90. 中国广告人的素质为什么这么低？

91. 肯德基、麦当劳的品牌形象是不是已经老化？

92. 中国人为什么如此容忍那些“自欺欺人”的广告？

93. 营销大腕们，请问哪本书是你自己写的？

94. 有多少企业家敢站出来拍拍自己的良心？

95. 中国石油、中国石化，你们有必要大肆做广告吗？

96. 致中国企业家们的一封信
97. 永和大王的馄饨凭什么一碗卖十一块？
98. 电视上的方便面广告大都是假广告
99. 好利来，你的店面形象也该升升级了吧？

100. 王府井书店员工制服为什么这么土？

101. 中国企业，快闭上嘴，去倾听吧
102. 给汇源提个醒：千万不要假、大、空
103. 不去花钱买思想的企业真傻
104. 蒙牛为什么还在广告中撒谎？
105. 还在“招商”呢，“照商”吧
106. 中国企业你为什么重视“调研”？

107. 有几个中国品牌真的“值得信赖”？

108. 跟北京西站的小商家学“抓商机”
109. 中国CEO，你们为什么这么土？

<<策划力>>

110. 伊利又开始做假广告了
111. 看蒙牛广告语就知道蒙牛“忘本”了
112. 中国企业家，你有多久没有“创新”了？

113. 中国90%的广告人都是骗子
114. 中国有几个企业懂得卖“梦想”？

115. “3G”广告为何让人看不懂？

116. 中国商家，你“善待”你的顾客了吗？

117. 中国企业为什么不学好？

118. 写给80后中国企业家们的十条建议
119. “真实”是拯救中国企业的秘方
120. 原叶绿茶、冰红茶的广告，还行怎么行啊？

121. 苏宁电器的广告为什么这么差？

122. 99%的中国商家都是服务方面的“雏儿”
123. 竹炭保健床垫如何营销？

124. 请问蒙牛，每一天为明天，谁来为今天？

125. 燕京啤酒，也该为生活干杯了吧？

126. 沃尔沃为什么不懂危机公关？

127. 致可口可乐的“分手信”
128. 我要冰+”一句多么幼稚的广告语？

129. “和其正”你到底浪费了多少广告费？

130. 奥迪Q5的广告傻瓜做的
131. 山东卫视为什么不懂得卖大海？

132. “中国制造”什么时候才能懂得卖文化？

133. 中国商人为什么不懂卖“土豆泥”？
134. 但愿国企能多出几个宁高宁
135. 中国的广告公司也该升级换代了
136. 中国广告业还有希望吗？

137. 市长们，城大城小一定要有风景可看喔
138. 北京的企业为什么不懂得“卖北京”？

139. 五谷道场，还卖“非油炸”呢，该卖“营养面”了

<<策划力>>

140. 肯德基什么时候才能找到自己？
141. 中国制造，你的价值是什么？
142. 你好好观察过客户吗？
143. 你的产品亮了吗？
144. 为什么很多企业领导明明水平差却不承认？
145. 新产品如何进入湖北市场？
146. 中国电信为什么不懂得怎样卖“天翼”？
147. 为什么现在的广告创意越来越让人看不懂？
148. 手机广告，你什么时候才能“素”一点？
149. “赞助音乐节目”不如“创造音乐广告”
150. “高级感”是中国产品应该追求的因素
151. “我品牌”时代画卷即将打开
152. “地产经纪公司”为何如此让人讨厌？

153. 顾客要什么？
154. 华堂商场超市的服务为什么能做得这么好？

155. 不懂“卖长城”的长城汽车真傻
156. 李宁换标没有换去土气
157. 广告公司不是“药店”，是“医院”
158. 现在的广告不是做给人看的
159. 中国企业家，你到底在为什么而奋斗？

160. 阿尔山、昆仑山矿泉水能卖动吗？

161. 若你真心想让生意兴隆，你就会生意兴隆
162. 一个好人才能做一个好企业
163. 没有一双鞋子的广告是有意思的
164. 中国策划公司活多了
165. 大部分的中国企业只知道“企业文化”，不知道什么叫“企业文化”
166. “橡果国际”和“七星购物”终于到了还账的时候
167. 蒙牛还是听了我的话，换广告语了
168. 中国大部分的企业家都缺少一张蓝图
169. 亲爱的中国企业界：不只有竞争，还有竞赛
170. 每次看广告都在想哪个是真的哪个是假的？

171. 策划业就是“做梦业”

<<策划力>>

- 172. 企业家们带上你的“一一”飞行吧
- 173. 中国企业家们，来点“高度”吧
- 174. 梅赛德斯—奔驰你们为什么要推出“A级车”？

- 175. 李书福，你不懂品牌，我真心疼
- 176. “红牛”越来越不牛了
- 177. 神曲《忐忑》的商业启发：绝对差异，绝对成功
- 178. 中国企业一元利世界计划
- 179. 中国品牌“去土工程”应该开始了
- 180. 何时才能“公益一切”？

- 181. 中国企业你们为什么不能把所有产品都做成“公益产品”呢？

- 182. 五千年文明营销公司
- 183. “在商言善”就是一条大成之路啊，中国企业家们
- 184. 中国企业，赶紧向你的广告看齐
- 185. 企业家，抽空多请策划家聊聊
- 186. 其实，最需要策划的不是企业，是企业家
- 187. 徐大伟写给青年策划人二十四训
- 188. 团购上拉手，真能就这么定了吗？

爱国者公司，你们的问题是不懂得怎么爱国

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>