第一图书网, tushu007.com

<<广告，其实是一种诉说>>

图书基本信息

书名：<<广告，其实是一种诉说>>

13位ISBN编号：9787516406304

10位ISBN编号：7516406309

出版时间：2014-1-1

出版时间：企业管理出版社

作者：郑锋

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

谁能否认，我们生活在一个五彩缤纷的广告世界里。
可什么是广告？
它是如何传播的？
无论你设计的广告有多么花里胡哨，无论你在整个广告运作的过程中富含多少创意，　其实这些很多都是表面的东西。
那么，成功的广告到底有什么标准？

如果你是广告主，最终只有一个答案：效果，是检验广告成功与否的唯一标准。

如果你有自己的发布平台和渠道，如果你是媒体，你就要清晰地告诉你的客户：我们的广告，能给你带来什么。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

郑锋，中国博客维权标本人物、滕州日报社副社长。
曾有工业、商业、传媒等多种从业经历。

从事报业经营管理近20年，组织实施了多个有影响力的广告营销活动，参与策划了多家企业的营销实战。
曾在《广告导报》等报刊发表多篇广告营销研讨文章，多篇论文和广告作品在展评中获奖。
曾在《文学世界》、《时代文学》等刊物发表多篇文学作品，著有文集《心语》。

第一图书网, tushu007.com

<<广告，其实是一种诉说>>

书籍目录

写在前面的话
第一章　效果是检验广告的唯一标准 001
1.慎重决定投放广告的十种情况 003
2.广告的本质是诉说 004
3.广告受众心理研析 007
4.广告中的美感 011
5.广告营销诉求点 015
6.网络广告体验 018
7.广告营销，调研先行 021
8.报纸广告标题：未成曲调先有情 025
9.广告运营人员素质漫谈 028
第二章　新媒体时代的社会化营销 031
1.微博就是一匹马 033
2.微信关系营销 045
3.移动互联改变生活 049
第三章　营销策划案例 055
1.拍手歌，幸福的策划体验 057
2.接地气才会有财气 061
3.地产营销咖啡馆 064
4.给一家手机企业的建议信 068
5.让客户成为产品的“设计者” 071
6.善于展示自己的产品 074
7.市场总有缺口，关键要敢于发现 076
8.加油也可以“一起团” 078
9.事件营销：巧妙设计，把控风险 081
10.面面俱到的现场活动 086
第四章　他们的营销 089
1.产品品质的口碑传播 091
2.咖啡馆的族群营销 094
3.制造顾客的纠结，然后解决 097
4.原料可以看得见 099
5.服务与营销的深度配合 100
6.增加用户粘性 102
7.创造新商圈 104
8.来尝尝我们的湖南菜 106
9.中高端白酒商战的攻守应对 108
10.与客户共同成长 111
第五章　那些错误的观点 115
1.营销比产品重要 117
2.把产品卖出去就是本事 119
3.广告是万能的 121
4.业绩上不去都是营销的事 123
5.价格战是最好的方法 125
6.做生意不必在意位置 127
7.现场活动有人气就够了 130

第一图书网, tushu007.com

第六章　微言微语商道人生 133
1.乱弹商道 135
2.调侃段子 149
3.生活态度 152
第七章　品牌故事 157
大同天下，文化铸就新社区品牌 159
第八章　我们的事业 171
1.我有一个梦想——与滕州在线同仁共勉 173
2.二十年风雨沧桑路，见证《滕州日报》成长历程 175

第一图书网, tushu007.com
<<广告，其实是一种诉说>>

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