

<<广告淮军>>

图书基本信息

书名：<<广告淮军>>

13位ISBN编号：9787533739225

10位ISBN编号：7533739221

出版时间：2007-10

出版时间：安徽科学技术

作者：邹晓利

页数：381

字数：600000

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>

<<广告淮军>>

内容概要

通读全书，让读者了解为什么安徽台在媒体竞争如此激烈的市场环境中能够常年立于不败之地，“安徽电视现象”为什么如此受到业界的关注。

阅读本书对媒体同行、广告客户、市场营销等领域的从业人员、研究人员都会受到很多的启迪和借鉴的。

书籍目录

媒体营销篇 领跑的力量(查道存) 长青媒体的成功之路——“4+2”法则对我国电视传媒业的启示(邹晓利 王永连) 以客户需求为导向的内部价值链整合(查道存 常青) 份额竞争时代的媒体经营思路的几个转变(李豹) 论频道品牌价值的建立与维护(赵邦好) 从优秀到卓越——揭秘广告淮军的品牌发展之路(贺庆凯) 如何充分利用数据资源为电视媒体服务(康本胜) 从“编播季”到“播出季”——中国电视节目制播新趋势(邹晓利 永牧) 电视传媒运营“1+3”模式——兼谈安徽卫视持续发展的新思路(俞湘华) 吹尽黄沙始见金——2006年电视频道真金品质之旅(盛晓静)

地面频道“掘金”本土市场——新时期省级地面频道发展战略探析(邹晓利 王永连) 省级地面频道的经营之道(李豹 朱蓉) 创新：成就安徽影视频道的基因(张兴旺) 拒绝平凡——安徽影视频道的市场化经营之路(伙伴媒介) 品牌战略 品质为先——安徽经视频道品牌运作分析(李豹 魏莲子 孙力) 寻找品牌的“蓝海”——安徽经视的地缘亲和战略(李豹 朱蓉) 区域经济下的区域媒体合作(李豹) 什么是中国媒体金牛市场？它在哪？

(邹晓利) 中国媒介金牛工程打造中国第三极媒介力量(伙伴媒介) 节目营销篇 电视剧的市场化运作(俞湘华) 电视剧市场研究(俞湘华) 资源战：电视剧竞争的新焦点(查道存 胡鑫) 从质量互变规律谈安徽卫视电视剧场的变革(查道存 胡鑫) 市场营销理论在节目运作中的应用——解读安徽卫视“以电视剧为主”的节目战略和2003年运作策略(俞湘华) 电视剧播出与博弈论(康本胜) 电视剧的差异化推广(赵邦好) 电视剧推广也需要节日营销——“金元贺岁，羊年有礼”策划全攻略(汪宏学) “集束式编排”的探索(张东辉) “吊床策略”在电视剧编排中的应用(俞湘华) 雄风起兮云飞扬——安徽卫视《雄风剧场》新上市广告活动概述(俞湘华) 海上生明月“放松”在周末——“《周末大放送》夏日幸运大派送”活动纪实(甘强) 《周末大放送》成就周末白天电视栏目第一品牌(罗小虎) 《王子变青蛙》~安徽卫视的独门利器——浅谈安徽卫视暑期独播剧的推广运作(张东辉 俞湘华) 《绣娘兰馨》全国独播整合推广纪实(俞湘华 张东辉) 《大宅门续集》全攻略(俞湘华) 汇天时地利人和之气 造安徽经视品牌之势——安徽经视2002年夏季推广案例分享(朱蓉) 频道推广活动的价值追寻及其项目设定(赵邦好) “影视巨无霸天天好电影”——安徽影视频道推广纪实(伙伴媒介) 频道新形象如何植根观众心中——安徽影视频道形象推广纪实(伙伴媒介) 电视如何放电影——安徽影视频道主题性电影编排“秘籍”(赵邦好 洪琳) 难以抑制的“改版冲动”(赵邦好) 选秀类真人秀节目透视(俞湘华) 电视宣传片制作ABC(张东辉) 从“创意”做起——关于媒体节目推广之平面设计的探索(徐明) 广告营销篇 从安徽卫视广告商调查、客户满意度调查结果看安徽卫视专业化营销(吕志平) 对内打造联盟对外深耕细作(李豹) 创新营销媒体经营(李豹 刘团结) 买方市场下的媒体成长道路(李豹 刘团结) 地区品牌族群广告投放趋势与媒体营销策略(查道存 胡鑫) 聚焦频道资源 打造行业传播平台——弱势频道广告经营的蓝海战略(王冬) 电视剧广告的综合营销——安徽卫视电视剧广告营销经验谈(常青) 安徽卫视《第一剧场》广告营销三大策略(查道存 常青) 植入式广告：影视广告经营的新趋势(查道存 胡鑫) 创新广告的独特魅力——浅谈安徽经视的广告创新策略(吴东华) 如何提高广告的收视率？

(李豹 刘团结) 媒体经营的新思路——服务营销(邵震余 亚平) 如何与最有价值的客户建立良好的客情关系(查道存 胡鑫) 重构电视媒体广告经营的服务战略(邵震余 亚平) 如何提高电视广告投资效益(查道存 胡鑫) 追求理想的广告效果(夏苏娟) 供不应求下的媒介投放策略——谈优质媒体时间紧张下的广告投放策略(查道存 常青) 暑期电视媒介传播特点及策略选择(查道存 胡鑫) 浅析电视剧广告的赞助模式(查道存 胡鑫) 活动营销篇 电视媒体与活动营销(曹琴) 活动营销 电视媒体聚焦的新做点(朱蓉) 活动营销的操作要点(李豹 刘团结) 剧星有约快乐相邀——浅析安徽卫视“剧星会”(曹琴) 活动，在安徽的地盘上——安徽影视频道在地性活动的“贴近实践论”(赵邦好) 媒介品牌与企业品牌内涵的完美结合——“影视夏令营”飞扬“可口可乐”的青春激情(伙伴媒介) 一场“三赢”的约会——有感于安徽电视台影视频道“影视有约”(曹琴) 影响安徽——安徽影视频道活动浅析(伙伴媒介) 事件营销，媒体、企业合作新思路——安徽经视频道

<<广告淮军>>

利用事件营销提升广告传播价值成功案例剖析（朱蓉吴东华） 媒企对接，实现双赢——“魅力经视相约百盛”2005年底推广活动纪实（朱蓉张轶凡刘团结） 准确是关键——浅析媒体活动营销与企业品牌有效嫁接（汪玥）会议营销篇整合营销篇

<<广告淮军>>

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>