

<<注意力操控>>

图书基本信息

书名：<<注意力操控>>

13位ISBN编号：9787805528441

10位ISBN编号：7805528446

出版时间：2010-5

出版时间：湖南地图出版社

作者：刘汉洪，刘汉清 著

页数：372

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>

<<注意力操控>>

内容概要

注意力是一种核动力，一种心灵的原子弹，是所有动人心魄勾人心魂有形元素和无形因素的集合；
注意力营销就是用快感制造动感，既要让人怦然心动，更要叫人蠢蠢欲动，从心动到行动；
制造注意力不能没有疯狂炒作，它既是一种战略又是一种策略，既是一门科学又是一门艺术，它是先炒后作、既炒又作，只炒不作不叫炒作；
疯狂炒作就是吹牛，就是越吹越牛，一要敢吹二要会吹三要经得起吹；
吹牛时代呼唤故事高手，定位就是找故事，策划就是编故事，营销就是卖故事，品牌就是吃故事；
品牌经济是投票经济，只是投的不是普通选票，而是买单人手里的钞票，没有人投钞票的牌子再响也不能叫品牌，注意力营销的根本目的就是打造品牌；
疯狂炒作的核心理念就是：让历史变得时尚，文化变得轻松，神秘变得可以解读。
所有的诱惑变成可以贩卖的产品。

<<注意力操控>>

书籍目录

第一章 城市策划：快乐长沙快乐之都快乐中国第一节 范本解读第二节 范本点评第三节 范本聚焦第二章 品牌策划：金庸出山五岳联盟第一节 范本解读第二节 范本点评第三节 范本聚焦第三章 公关策划：高僧出任中国第一位首席品牌导游第一节 范本解读第二节 范本点评第三节 范本聚焦第四章 活动策划：十万人同唱浏阳河第一节 范本解读第二节 范本点评第三节 范本聚焦第五章 创意策划：“中国生态第一山”开山大典第一节 范本解读第二节 范本点评第三节 范本聚焦第六章 概念策划：湘商一出惊天下第一节 范本解读第二节 范本点评第三节 范本聚焦第七章 产品策划：“做一天和尚念一天经”宗教文化体验游第八章 事件策划：妙作青楼营销洪江第九章 非常策划：让我们敲希望的钟第十章 美女策划：三十万元天价皇后席第十一章 借势策划：中国十大古村大联盟第十二章 促销策划：万人同品万寿饼第十三章 主题策划：橘子洲世界城市论坛暨世界城市公园第十四章 论坛策划：首届中国旅游品牌高峰论坛第十五章 战略策划：从湘三角到“3+5”城市群第十六章 形象策划：百万游客评点南岳衡山

<<注意力操控>>

媒体关注与评论

《注意力操控》是当今世界最流行的营销模式——注意力营销的实战范本，营销策划、企业管理、新闻宣传等都能由此找到操控注意力之灵感。

中央电视台《对话》节目主持人 陈伟鸿 这是一本营销人、广告人、传媒人不可不读的奇书。
今天，谁掌握了注意力资源，谁就占领了市场的制高点。

人民日报社广告营销专家 胡斌 《注意力操控》是一部难得的理论与实践相结合的实战营销范本，是文化传媒、企业经营、营销策划等行业广大从业人员和在校学生不可多得的参考读物，也是有关部门、地方政府开展新闻宣传、城市营销、会展活动等重要的操作指南。

美国哈佛大学博士后 美国伊利诺州立大学终身教授 张宏霖

<<注意力操控>>

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>