

<<保健品广告的奥秘>>

图书基本信息

书名：<<保健品广告的奥秘>>

13位ISBN编号：9787806776544

10位ISBN编号：7806776540

出版时间：2004-1-1

出版时间：广东经济出版社

作者：姚曦

页数：251

字数：271000

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>

<<保健品广告的奥秘>>

内容概要

时光易逝，青春难留，所有的朝花夕拾都经不起岁月的吟唱；然而梦想不老，保健品的荣光给了人们新的希望，迎合了人们永葆青春的渴求。

这是一本关于保健品与广告的专门性分类研究图书，通过诸多国内外著名保健品品牌案例的分析，探讨了保健品广告的创意、策划、传播以及其他创造性的解决方案。保健、青春、广告，一切缘自岁月的精彩。

<<保健品广告的奥秘>>

作者简介

余明阳博士·教授 1964年出生，浙江省余姚市人。

1979年起先后攻读并获得浙江大学哲学学士、复旦大学经济学硕士、复旦大学经济学博士、复旦大学管理学博士后、北京大学经济学博士后。

在美国、日本、法国、德国、意大利、瑞士、俄罗斯、澳大利亚、印度、韩国、新加坡等3

<<保健品广告的奥秘>>

书籍目录

1 结束暴富神话——保健品的行业发展态势 1.1 保健品行业的兴起 1.2 保健品行业的旺盛时期 1.3 保健品行业的平滞时期 1.4 保健品行业的复兴 1.5 国外保健品行业状况以及WTO对中国保健业的影响 1.6 保健品行业的新趋势2 保健品广告说什么——保健品广告的内涵与特点 2.1 叩响保健品市场的大门：保健品概念营销 2.2 保健品的功效诉求 2.3 诉诸心理效应 2.4 品牌形象塑造 2.5 知识决定命运3 戴着镣铐跳舞——保健品广告的定位与创意 3.1 广告定位概述 3.2 以理服人的功能定位 3.3 打动人心的亲情定位 3.4 别出心裁的礼品定位 3.5 入乡随俗的本土化定位 3.6 网罗女人心的心理定位4 琢玉成器——保健品广告的表现技法 4.1 卓有成效的信息表现策略 4.2 保健品广告的表现风格5 远交近攻，协同作战——保健品广告媒体策略 5.1 远交攻略：传统媒体及其选择策略 5.2 近攻攻略：其他媒体及传播渠道重要性日益彰显 5.3 媒体组合 协同作战6 美与媚的博弈——保健品经典广告评析 6.1 常用保健品经典广告案例 6.2 医药保健品经典广告案例 6.3 男性保健品经典广告案例 6.4 女性保健品经典广告案例

<<保健品广告的奥秘>>

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>