

<<创意背后>>

图书基本信息

书名：<<创意背后>>

13位ISBN编号：9787807283270

10位ISBN编号：7807283270

出版时间：2006-8

出版时间：广东经济

作者：赵依林

页数：224

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>

<<创意背后>>

内容概要

《创意背后：中国本土广告企划实践》介绍了策略创意的系统价值；产品品牌创意；促销创意等，并与您分享另类广告观点和“达能益力、立白、步步高、乐百氏、华帝”等大品牌案例。

<<创意背后>>

作者简介

赵依林，国内资深广告人，具丰富的在企业和广告公司从业的“两栖”经验。

先后毕业于青海商业学校和北京商学院；历任乐百氏（ROBUST）集团市场总监，阳红·新生代（广州）广告公司（CRIMSON·SINOMONI）总经理，法国灵智行销传播集团（EURO RSCG Worldwide）中国区策略总监，21世纪（21CENTURY）香港国际食品公司CEO，海南铭果园食品有限公司董事长。

<<创意背后>>

书籍目录

序前言第一章 策略创意的系统价值别人的孩子打不得口是心非的广告客户实践着的国内大众消费品市场大众消费品的消费群差异投资品牌“蜂巢”模式“金字塔”模式策略创意的系统价值策略创意的系统工具第二章 产品品牌创意品牌核心价值现在创未来——乐百氏酸奶产品品牌推广方案天赋平衡、活力无限——达能益力产品品牌创意寻找成熟市场产品的切入点——立白珍亮牙膏上市推广纪实健康欢笑齐分享——“红灯”，一个价值过亿的名称调研的误区——步步高DVD品牌再定位第三章 促销创意“势”在人为公共关系促销售点生动化促销创意的价值“纯净你我，乐百氏纯净水”公关促销活动九运火，好生活——华帝九运会公关促销售点生动化——达能益力产品品牌铺市、陈列第四章 执行创意执行需要团队的合作保障沟通的宗旨——想清楚、写清楚、说清楚、做清楚健康立白 优质保证——立白品牌研究与执行报告涅槃火美人——华帝产品品牌推广纪实

<<创意背后>>

章节摘录

健康欢笑齐分享——“红灯”，一个价值过亿的名称。提起“红灯”这个名字大家耳熟能详，提起红灯牌食用油，相当一部分人仍然会说“知道，老牌子了”；进一步提问：“你使用过‘红灯牌食用油’吗？”回答：“不记得了，但应该用过。”

“如果我告诉你，这是一个新品牌，推广时间至今不超过3年，至少80%以上持肯定态度的被访者，一定没使用过这个品牌的食用油（调研时间是2001年）的时候。

你一定会愕然，怎么会呢？是的，这就是“红灯”牌食用油的运气——仅仅是起了一个好名字！

这是新加坡南顺集团2001年委托调研公司在广州、深圳、福州、南京、成都、北京、郑州、沈阳等8个城市调研的结果：平均97%的被访者知道红灯，平均41%的被访者听说过红灯食用油；平均17%的被访者信誓旦旦地宣称使用过这个牌子的食用油。

事实上，当时红灯牌食品油销售的70%集中在广东地区，销售额也只有一个多亿人民币；而其中一半的被访者所在的城市连经销商都没有，产品渗透率应该是非常低的。

从理论上讲应该检测不出来才对。

所有振奋人心的信息均来自一个“错觉”。

于是后面的工作就变得简单顺利，效果也非常理想。

两年之后，红灯牌食用油销售超过10亿元人民币，进入全国食用油品牌前五名。

南顺集团是亚洲非常著名的粮油企业。

集团有两个知名品牌，面粉为“南顺”品牌，主要生产优质高档的面包面粉，在全国及至亚太区有着非常好的口碑和占有率；食用油主要品牌为“刀唛”。

在广州、香港及东南亚市场占有率很高，产品定位偏高档，当提起“始终都是妈妈好！”

的广告语的时候，相信会有很高的品牌提及率，但在国内除广东以外的地区，基本无知名度。

如果以“南顺”或“刀唛”两个品牌延伸，进入国内竞争激烈的食用油市场，显然把握不是太大。

至少推广费用会是一个天文数字，相应的回报也未必理想。

于是就有了“红灯”这个独立的牌子。

P100-101

<<创意背后>>

编辑推荐

五年前，当你问起广告界的同行，广告公司靠什么得以生存的时候，几乎可以得到一致的回答——创意。

五年后的今天，当旧话重提的时候，国内划时代的创意已发展或是正在经历一个过程，创意背后的支持往往是一个组合，即：产品、品牌和促销。

作者特地将书命名为创意背后，只是想说明在思维和方法上更多地侧重策略而非创意，也就是重过程轻结果。

作者是国内非常资深的广告人，与作者分享他宝贵的广告经验，你将会对中国独特的广告市场有更进一步的了解！

<<创意背后>>

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>