第一图书网, tushu007.com

<<牛文案是怎样炼成的>>

图书基本信息

书名：<<牛文案是怎样炼成的>>

13位ISBN编号：9787811278774

10位ISBN编号：7811278774

出版时间：2010-6

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：多米尼克·盖廷斯

页数：179

译者：陈志娟

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

前言

吉布（MatlriceGibb）①说过这样一句话，“歌词，只有歌词才能让我带走你的心”。
②文字确实是我所拥有的一切。
今年年初，我受邀去联合利华公司，为一群自称为“26”的人做演讲。
“26”小组以字母的数目自称，是由一群以写作为生的男男女女组成。
除此之外，他们的外表和言行举止都与正常人无异。
邀请我做演讲是“26”小组拓展计划的一个部分，我的演讲针对一群背景各异的广告文案。
DDB公司的威尔·奥得瑞（WillAwdrey）和Radio公司的保罗·伯克（PaulBurke）跟我在一起，我们试图解释广告文案究竟是做什么的。
演讲开始时，我展示了一篇珍贵的小文案。
在将近30年的文案生涯中，我想我见诸媒体的文字不过几千个。
文案这个头衔就像给小裁缝戴个“裁缝”的头衔一样多余，我们的工作是“创意”。

第一图书网, tushu007.com

<<牛文案是怎样炼成的>>

内容概要

课堂或广告公司都很少教授文案写作技巧，但它却是创造财富、推动新产品、甚或在竞选中获胜的法宝。
但创意是能教会的吗？
多米尼克·盖廷斯认为可以，并在本书中提出了写作牛文案的八条规则。
了解目标市场，紧扣大纲，客观如实，了解媒体，调查研究，密切相关言简意赅，雄心勃勃。
它们的确卓有成效。
实践证明，无论是在课堂还是在工作室，甚至在很多广告战役中，只要运用上述原则，必将事半功倍。
多米尼克。
盖廷斯（Dominic Gettins）为灵智大洋（EuroRSCG）伦敦公司创意指导，是一位深受赞誉的广告文案，曾获得过约30个广告奖项，包括英国最具权威的设计奖D&AD奖、法国嘎纳广告节奖、IPA广告效果奖、纽约广告节金奖等。
他创作了大量成功的广告，其创意被许多一流的组织所采用，如BBC、微软等。

第一图书网, tushu007.com

<<牛文案是怎样炼成的>>

书籍目录

序引言文案写作的八条规则引起注意回到规则规则1 了解目标市场　沟通对象　Lynx香水效应规则2 调查研究　媒体　资金　制作方法　项目规则3 符合大纲　策划　风格　广告战役规则4 紧扣主题　隐喻规则5 客观如实规则6 简明扼要　应该避免的20种情形规则7 了解媒体　广播　招贴　平面文案　新媒体　电视规则8 雄心勃勃　冲破束缚　关于创意的思考　独创性结语使用自由文案字词的力量广告案例

章节摘录

插图：好句子是供人躺在舒适的椅子里欣赏的，并广为人知，获得人们慷慨的夸奖。
优秀的文案源自精彩的写作以及“向合适的人说了合适的话”，因而为大家所熟悉。
在广告业界，人们往往将大部分功劳归功于广告主。
的确如此，在很多方面，广告主对标版的好坏和其是否能流芳百世负有不可推卸的责任，而无论这个广告主是经理、卖主，还是企业主。
这是因为，好句子有赖于买主是否能慧眼识珠，是否能超越自己平时的智慧。
此外，标版还必须在不断的人事和市场变化中持续下去，直到成长壮大到能为品牌的持续发展保驾护航。
“巧舌生花”，“来点牛奶？
”“高科技带来的好处”，“每一点都有用”，“不同寻常的美味蛋糕”，“确实昂贵的啤酒”，“前途是光明的”和“未来是橘色的”。
如果说他们在这些标版上花费了不少时间，那是因为他们过去根本不必这么费心。
不管他们走到哪里，他们都会被人们认出来，进而使他们的成功更加稳固。
他们不必去击退竞争对手的挑战，因为他们很久以前就赢得了胜利。
在调查中，他们的成功再次得到证实，人们已经认可他们了，而新营销经理或新手设计的、试图带上个人风格的替代性创意，很快就被人扔到了调查公司的垃圾桶里。
那么，那些旧时代的遗老遗小会说些什么？
很可能是“老朋友”。
那么“要可乐，是不是？
”这句标版又出了什么问题？
我们再也见不到“纯粹的天才”这个标版了，还有“多吃点鱼”和“茶，白天最好的饮料”等等。
有些广告悄无声息地消失了；而有些广告的消失却引起了人们的怀疑，比如：“九成猫更喜欢它？
”“那不会是死的，对不对？
”“如果只穿一次就合身怎么办？
”这两种广告或许是太成功了，因此它们除了出现在直邮广告和产品标签上以外，似乎已经不再需要人看了。

编辑推荐

《牛文案是怎样炼成的:广告文案写作八条潜规则》由中国传媒大学出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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