

《创意商机》

图书基本信息

书名：《创意商机》

13位ISBN编号：9780917841026

10位ISBN编号：0917841026

出版时间：2011-7-27

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

内容概要

今年夏季，Euro RSCG Worldwide（灵智整合营销传播集团）在全球范围内推出 "The Creative Business Idea Book"（《创意商机全书：创新思维的十年》）一书，扬颂人类创意思维的无限力量与潜力。10年前，灵智集团抛弃了传统的经营方式，开始围绕着创意商机这个核心理念来创建品牌。创意力量的强大能够使企业在一夜之间改造经营模式、建立全新品类并彻底改观消费者的认知。《创意商机全书》还进一步展示了创新策略对世界各地各大公司的影响，并激励着新一代创新人才的发展。汉威士集团与灵智整合营销传播集团全球首席执行官大卫·琼斯（David Jones）先生表示：“在过去的10年里，创造力已经成为在商业领域中最重要竞争优势之一。当今，关注度光靠投资多少资金已经很难买到，企业必须考虑如何去获得关注度，而且在这个信息化程度越来越高、注意力持续时间越来越短并且屏幕越来越小的世界里，强大的创意能力已经变得空前重要。本书便展示了卓越创造性思维推动利润增长的一些最佳例证。”

《创意商机全书》精选出灵智集团全球范围内的案例，去激励各品类市场营销人员与商界领袖重新思考如何去营商。书中所展示的20余则案例中包括：

- 麦当劳：“Come as You Are”（做你自己 随性而来）
- 多乐士：“Let's Color”（一起出彩）
- 依云：“Live Young”（活出年轻）
- 可口可乐：“Path to Purchase”
- 法国航空公司：“Making the Sky the Best Place on Earth”（在天上你会心旷神怡）
- 诺基亚：“Nokia Game”
- 易趣：“You Are eBay”

总共29个案例分析涵盖五大领域，包括：病毒营销、品牌重生与再造、超越突破现有业务、打动新一代消费者和创造社会变革。

此外，书中包含了灵智全球各大公司创意人员、业务人员与高层管理者的见解和回忆以及相关主题文章，例如如何创建有效的病毒营销活动、奢侈品的新面貌和预见我们的数字化未来等诸多文章。

CBI创意商机理念已经成为灵智整合营销传播集团过去十年中成功的主要驱动因素。因为创意商机理念已经成为集团使命及对客户之承诺，灵智整合营销传播集团已被《广告时代》杂志评为“全球年度广告公司”，并被《Campaign》杂志评为“年度广告集团企业”，并连续五年被评为拥有全球品牌客户最多的广告代理商。

《创意商机全书》从2011年7月下旬开始在亚马逊网上（Amazon.com）有售。灵智还专门为该书制作了专题网站，有兴趣的读者也可访问：<http://www.creativebusinessidea.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：www.tushu000.com