

《攻心为上88个经典广告策划》

图书基本信息

书名：《攻心为上88个经典广告策划》

13位ISBN编号：9787535777694

作者：许广崇

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

《攻心为上88个经典广告策划》

内容概要

内容简介

不要让你的广告输在策划环节，这已成为广告业人士的共识。为了做好广告策划，首先要了解好广告的一些基本特性，然后根据产品不同的特点，来进行有针对性的策划，以期达到最佳的广告效果。正是基于这个思路，作者编著了本书。全书舍弃了艰深的广告理论，用88个最经典的广告案例，来全面而深入地诠释好广告的十四个重要特性。需要说明的是，尽管书中的案例涉及的都是国内外知名企业，但其成功经验对普通中小企业同样有重要的借鉴意义。

编辑推荐

策划怪才，品牌战略顾问，营销策划顾问许广崇最新力作。

本书舍弃艰深的广告理论，用88个最经典的广告案例，全面而深入地诠释了好广告的必备要素。

作者将多年广告实战中点点滴滴的体会汇集于此，文字流畅，深入浅出，由事及理，见解独到，不同层面的广告从业人士及企业经营人士，均能从中得到启迪与帮助。

《攻心为上88个经典广告策划》

作者简介

许广崇，策划怪才，品牌战略顾问，营销策划顾问，现任香港东盟国际投资集团股份有限公司董事局主席，天商集团旗下南宁高崇策划咨询有限公司董事长，兼任品牌中国产业联盟活动评委，主要著作有《私企赢道赢术》、《新基业长青》等。

书籍目录

第一章 亮出你的好——迎合消费者的利益诉求4

- 1.沃尔玛超市：为顾客节省每一分钱4
- 2.戴尔电脑：我直销，我低价5
- 3.营养快线：早餐喝一瓶，精神一上午7
- 4.立白洗衣粉：洗的干净，还不伤手8
- 5.蓝天六必治牙膏：吃嘛嘛香9
- 6.伊卡璐：引发香气感染力11
- 7.水井坊：比优秀更优秀一点12
- 8.雀巢咖啡：味道好极了13

第二章 感动常在——以情动人，无往不利14

- 9.南方黑芝麻糊：一股浓香，一缕温暖14
- 10.孔府家酒：叫人想家16
- 11.金六福酒：春节回家，金六福酒17
- 12.益达口香糖：邂逅一段朦胧的爱情18
- 13.戴比尔斯钻石：钻石恒久远，一颗永流传19
- 14.优乐美奶茶：把你捧在手心21
- 15.娃哈哈饮料：妈妈我爱喝22
- 16.999感冒灵：暖暖的、贴心的朋友23
- 17.好丽友食品：好丽友，好朋友25
- 18.强生婴儿柔湿巾：拒绝红屁屁27
- 19.喜临门床垫：美丽是睡出来的28

第三章 生命诚可贵——创造健康环保新概念30

- 20.三九胃泰：小胃病，算什么30
- 21.碧生源茶饮料：给你的肠子洗洗澡31
- 22.蒙牛冠益乳：给肠道做SPA33
- 23.农夫山泉：农夫山泉，有点甜！34
- 24.五谷道场方便面：非油炸，更健康35

第四章 心存美好——感悟人生真滋味36

- 25.白沙集团：鹤舞白沙，我心飞翔37
- 26.利郎商务男装：简约而不简单38
- 27.美特斯·邦威：不走寻常路39
- 28.劲霸男装：奋斗成就男人41
- 29.李宁服饰：一切皆有可能42
- 30.动感地带M—ZONE：我的地盘我做主43

- 31.麦当劳快餐：我就喜欢45
- 32.德芙巧克力：牛奶香浓，丝般感受47
- 33.和路雪冰激凌：珍爱生活、快乐共享48
- 34.星巴克咖啡：邂逅你自己50

- 35.柯达：开心一刻、感动一刻51

- 36.三菱汽车：欢迎您随时回家52

第五章 权威的力量——树立最专业的品牌形象53

- 37.英特尔处理器：给电脑一颗奔腾的芯54
- 38.吉列剃须刀：专业对付男人们的脸55
- 39.贝因美奶粉：科学喂养，因爱而生56
- 40.谭木匠木梳：梳子大王57
- 41.乐百氏纯净水：27层净化的纯净水59
- 42.清扬洗发水：小S带你走进法国清扬中心60

- 第六章 爱屋及乌——推出过目难忘的卡通形象61
- 43.米其林轮胎：强壮、皮实有韧性的Bibendum62
- 44.迪斯尼乐园：永远可爱的Mickey63
- 45.威猛先生清洁剂：当超人出现在家里64
- 46.海尔：真诚到永远66
- 第七章 名人效应——广告代言的艺术67
- 47.耐克鞋：和飞人的世纪之缘67
- 48.可比克薯条：把薯条吃出酷酷的感觉69
- 49.六神花露水：居家常备，六神有主70
- 50.百事可乐：大搞足球群英会71
- 51.奥利奥饼干：小顽童搭配大明星72
- 52.必奇：多种腹泻，必奇解决73
- 第八章 文化架桥——揭示产品深厚的文化底蕴75
- 53.张裕红葡萄酒：传承百年红酒文化75
- 54.可口可乐：从美国文化到中国本土的过度76
- 55.纳爱斯集团：中国的，更是世界的78
- 56.五粮液酒：吾国泱泱，惟我五粮79
- 57.太太美容口服液：传承六百年的美81
- 58.平安保险：中国平安，平安中国82
- 59.佰草集：中国文化，古色古香83
- 60.大众汽车：中国路，大众心85
- 第九章 想象无限——最让人意外的广告创意86
- 61.皇冠牌香烟：禁止抽烟，连皇冠牌也不例外86
- 62.《新红楼梦》电视剧：谁是“红楼梦中人”87
- 63.“美加净”多效修护润手霜88
- 第十章 我本高贵——剑指高端的广告策略91
- 64.哈根达斯：爱她 就带她去哈根达斯92
- 65.特仑苏牛奶：不是所有牛奶，都叫特仑苏93
- 66.路易·威登箱包：卖的就是贵族价94
- 67.索尼电器：挥之不去的高贵96
- 第十一章 搭乘顺风车——大事件衍生大广告97
- 68.邦迪创可贴：借势奥运，抢占先机97
- 69.UPS快递：借力奥运，传递更多98
- 70.凤铝：借助神六，一飞冲天100
- 71.三星：汉城奥运，梦之起点101
- 第十二章 企业公民——与公益挂钩的广告策略102
- 72.蒙牛乳业：吹响“全民公益”的号角102
- 73.太阳雨太阳能：生态公益，倡导低碳生活104
- 74.农夫山泉：“饮水思源”助学基金105
- 75.贝纳通：用公益的心衬托自己106
- 第十三章 我就是我——新的定位，新的用途107
- 76.力诺瑞特太阳能：太阳能与建筑一体化107
- 77.别克：心静，思远，志在千里109
- 78.王老吉凉茶：怕上火，喝王老吉110
- 79.“透出来”的产品气质——“999强力枇杷露”111
- 80.黄金酒：送长辈的专用酒113
- 81.百年润发：青丝秀发，缘系百年114
- 82.伊利：我要我滋味115
- 83.百度：有问题，百度一下117

第十四章 借力造势——强强合作的广告方案118

84.九龙斋酸梅汤：与燕京的联姻118

85.有能量，才有力量——“惠尔康”葡萄糖120

《攻心为上88个经典广告策划》

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