

《POP和DM设计》

图书基本信息

书名：《POP和DM设计》

13位ISBN编号：9787531428541

10位ISBN编号：7531428547

出版时间：2002-1

出版社：辽宁美术出版社

作者：张一天

页数：88

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

《POP和DM设计》分上下两篇，分别介绍了POP和DM的基本概念，包括发布给正确人群的重要性。然后，一章一章地你将学到典型的方式、方法和如何设计它们以使你的读者有回应。这都意味着大量机遇，如你想洞悉其间奥秘的话，请阅读此书。

POP和DM是艺术与科学的统一。你不得不将其发布给正确的人群。还要提供出售大量的商品，以刺激消费者的购买欲。还得提供精美的包装，使人接受进而回报企业的要求。甚至在所有这些之前，你的POP和DM在恰当的时间进到正确的人群手中的时候，要面临相当不确定的偶然因素。它可能因消费者被身旁别的东西所吸引，而忘了你的设计。尽管如此，POP和DM仍是一个令人惊异的媒体，每年可给国家经济带来可观的收入和不断的商机。POP和DM——日益增长盼媒体。

技术的先进和销售基础数据的增长意味着POP和DM更多的增长。大、小企业正在建立客户基础数据包括历史数据及其它信息，即为达到销售目的容许他们将他们的客户分类。利用销售基础数据、数据挖掘技术和庞大的联合数据库分割市场，使销售份额缩小至适当的比例。结果注定POP和DM的形式对每一个销售环节有更多的工作等着设计师去做！对小的商家现在也已经成功地应用数据平台促进销售。在偏僻地区，POP和DM更容易被接受。所有的小商家和家庭商家将受到当地设计师的帮助，给客户和容易成为顾主的人发布POP和DM广告，说服他们。

依经营者的意见，技术上的领先将产生1+1的销售步骤，以目标市场为最终目标，1+1销售需要更多的特殊渠道。企业以传达商业信息为目的，直接把POP和DM发送到指定对象，它们可针对特走的顾客层，发挥1对1的实际效果，并能反复诉求；它们可开发新顾客，维持联系既有顾客，达到有效的宣传，也可增进厂商与消费者之间的亲近感；它们可增进对批发、零售店的商品教育及协助店面推销贩卖，并可维持商品企业形象；它们的造形设计变化丰富，有新鲜感，且具有独立性，容易发挥独特效果；它们的主体是宣传品，故，可以自由选择形式和方式；它们以诱人的图、文，传达丰富的资讯，帮助企业加强推销，促进消费；它们的制作费用较具伸缩性，较容易控制广告预算。

优秀的企业，通常用POP和DM的方式与客户建立联系。POP和DM广告优点很多：或是消费者有种被人尊重的优越感，因产生亲切感而乐于接受；或是多数消费者都能较认真的阅读，因为就在身边，保证了阅读的环境和时间；或是在同类竞争中，不易被对手察觉等等，所有这些都是销售计划中的一部分。当然，不要指望每一个设计都能带来收益或回报，但是这样做的最终目的是能够较长久地保留客户。

《POP和DM设计》

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