

《還有人在看廣告嗎？》

图书基本信息

书名：《還有人在看廣告嗎？》

13位ISBN编号：9789867896940

10位ISBN编号：9867896947

出版时间：20041011

出版社：臉譜

作者：馬克．奧斯汀,吉姆．艾齊生, 譯 / 媒體庫

页数：280

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

《還有人在看廣告嗎？》

內容概要

大眾媒體廣告還有效果嗎？品牌擁有者如何接觸現今分眾化、逃避閃躲、又具批判性的觀眾呢？品牌如何進入一個科技已經引爆媒體管道與選擇的新傳播環境呢？這是第一本提供一個二十一世紀的藍圖、描繪在一個消費者對品牌態度劇烈改變、抗拒行銷訊息到處盛行、媒體成本等速上升的反覆無常世界中，品牌與消費者之間的全面性連結的書籍。它顯示了品牌擁有者可以如何實際管理上百萬種行銷領域與管道的排列組合，以達到品牌成長。它也說明了如何在本地的、區域性的、與全球化的環境中，達到他們行銷傳播投資可衡量的報酬。「媒體」與「創意」是廣告代理商服務業的兩大要角，兩者已經分開運作了很久，但總是搭配得不錯。

近來有許多論著與爭辯指出，廣告和行銷產業已逐漸迷失方向，它們顯得落伍過時，對品牌的商業現況、行為不斷進化的人們（通常他們被稱為消費者），以及科技對行銷管道所產生的重大影響，都有所脫節。品牌擁有者逐漸凝聚出一個共同的目標，那就是成長。這本書想討論的，便是在這個美麗新世界裡，我們該如何透過夥伴關係的合作，讓品牌擁有者與各領域的行銷專家，攜手打造最大的成功。

而本書，正是由一位媒體人與一位在亞洲最受推崇的創意人合作撰寫，此舉饒富意義。這意味著我們企圖在現今這個時代，致力尋找正確的方法來重新凝聚這兩個角色，以達到成長的潛在可能性。畢竟，成長是唯一的選擇，在專業與個人方面都是。

《還有人在看廣告嗎？》

作者簡介

馬克．奧斯汀

Mediaedge:cia亞太地區執行長暨董事長，被譽為是亞洲行銷傳播業的媒體大師。他曾被美國同業雜誌《廣告年代》提名為1998年最佳媒體改革者。出生於英國，奧斯汀在亞洲地區熱烈提倡媒體在品牌建立上的重要性，他同時也是傳播管道規劃的主要倡導者。奧斯汀擁有超過二十年的媒體經驗，其中他花了十三年的時間在經營專業媒體公司上。1995年，他在亞洲成立了CIA專業媒體公司，建立了橫跨香港、印度、馬來西亞、新加坡、台灣和泰國的網絡，他也曾是上市公司Tempus集團的總監。在2000年，CIA獲得《媒體與行銷雜誌》頒發的「最佳年度媒體代理商」。

吉姆．艾齊生

澳洲人，曾經在亞洲地區的The Ball Partnership、百帝廣告等主要廣告代理商擔任創意總監達二十餘年。他曾獲得許多獎項，包括他以中文寫的廣告文案。他現在為全職作家，他所寫的《亞洲如何作廣告》（How Asia Advertises）曾被充滿傳奇的大師傑克．屈特（Jack Trout）形容為「我所讀過關於廣告最好的一本書之一」。他的國際暢銷書《新銳創意180》（Cutting Edge Advertising）則被英國的創意大師大衛．亞伯特（David Abbott）讚譽為「平面廣告的最佳書籍」。艾齊生發表與廣告創意有關的演講、舉辦創意研討會、撰寫兒童讀物與幽默文學，並為廣告與紀錄片配音。

《還有人在看廣告嗎？》

精彩短評

1、干货不太多，主要推销了下自己的公司，可以作为了解行业主要行销手段的入门读物

《還有人在看廣告嗎？》

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