

《创意奇才》

图书基本信息

书名：《创意奇才》

13位ISBN编号：9787532722471

10位ISBN编号：7532722473

出版时间：1999-4

出版社：上海译文出版社

作者：芬德利 (Fendley)

页数：197

译者：赖月珍

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

《创意奇才》

内容概要

《创意奇才》由上海译文出版社出版。

《创意奇才》

作者简介

艾丽森·芬德利，现为伦敦《旗帜晚报》上率先披露了萨奇 - 萨奇公司的内幕消息。她曾任《通讯周刊》的副主编。

《创意奇才》

书籍目录

- 1 戴眼镜的兄弟离职而去
- 2 早年的经历
- 3 扶摇直上的70年代
- 4 撒切尔夫人的广告师
- 5 世界钟爱的广告公司
- 6 起死回生
- 7 争端挑起者
- 8 萨奇不工作了
- 9 夏洛特大街的恶梦
- 10 新萨奇公司
- 11 不协和状态
- 12 管好你自己的事

《创意奇才》

精彩短评

1、已读完

《创意奇才》

精彩书评

1、萨奇兄弟的成功源自对时代的把握，对优秀模式的极强的学习能力，又能审时度势，莫里斯精于计算，把握住每一分优势。借助名师，客户以及媒体的力量对萨奇-萨奇进行宣传，虽然萨奇萨奇当时是个小而美公司，但是莫里斯善于虚张声势，包括媒体报道、雇佣人制造忙碌假象以及重头戏与撒切尔夫人的合作，将自身格局提升不少，在并购期间，有野心，又开创性的利用资本，急速成为全球最大的萨奇-萨奇集团，当然，许多不稳定的并购及业务拓展将萨奇萨奇至于破产边缘，但是犀利的选用经理人，有效的保持对公司的控制，直至被资本方一步一步逼下台。综诉，萨奇兄弟我尊敬的人中的一种：你明知道他现在吹牛逼，但是你依然相信他能做到，然后他挑选他喜欢的做到。说说萨奇兄弟的作品，怀孕的男人，为保守党的竞选广告，为英国航空公司制作的广告，都直击客户要害，直击受众心窝。虽然书中并未详述萨奇兄弟是否研读社会心理学（不知当时有无），但是他们有一种直击内心的力量，有些人天生就有这种能力，有些人能却只能苦苦摸索。好的广告，需要结合心理学，社会学以及传奇的文案，才有可能直击受众内心。写在最后：书主要是在地铁上读完的，已读完一周有余，由于工作较繁重拖延至今，书读的不细，细节差不多忘的不行了~~

《创意奇才》

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