

《奥格威的广告自白》

图书基本信息

书名：《奥格威的广告自白》

13位ISBN编号：9787113106904

10位ISBN编号：7113106900

出版时间：2013-7

出版社：中国铁道

作者：赵发进

页数：114

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

《奥格威的广告自白》

前言

20世纪50年代，大卫·奥格威在推广“品牌形象”这一概念的时候曾表示：“我们坚信每一则广告都必须被看成是对品牌形象这种复杂的象征符号做贡献……”奥格威表达了产品的无形特性支撑着品牌形象的情感价值，是一项重要的投资的观点。虽然现在社会环境已经发生了巨大的改变，今天的广告行业也不同于之前，但是可以看到的是，时至今日，他的观点依旧散发着夺目的光芒，几乎每一个广告人都会去拜读他的著作。甚至有些读者并不是广告人，而是广告人的客户——对他们来说，阅读大卫·奥格威的著作成了帮助他们尽快了解广告业的最佳途径。做好的广告不容易，因为将构思转化为现实是一件异常艰难的事情。会讲道理的人很多，可是能够把道理讲好的却是少之又少。从我们以往的经验来看，广告塑造的就是一种简单的品牌形象。中国的消费者乐于识别品牌带来的“无形特性”，同时也非常乐于和自己喜欢的品牌建立密切的联系。可以说大卫·奥格威是个非凡的人物，他的幽默、敏锐、对学问的专注和不寻常的经历——做过厨师、推销员、市场调查员、外交官，最后进入广告业，让他的形象更加高大而且富有光彩。他对广告的认知好像具有某种天赋。他在经营广告公司期间，对广告，对如何使一家广告公司获得成功，对如何建立客户所需要的品牌做了大量深入的思考，并提炼出了影响后来一代代广告人的观点。鉴于大卫·奥格威的个人魅力和其商业思想在全球的较好口碑，我们决定选取其广告思想的精华，以图解的方式，为您做进一步的解读，以帮助您通过了解大卫·奥格威的成功经历，总结出事业发展的路径。让我们随着作者的解读，一起走入大卫·奥格威的广告世界吧。

《奥格威的广告自白》

内容概要

《奥格威的广告自白》内容简介：大卫·奥格威是现代广告业的大师级传奇人物，被称为“现代广告最具创造力的推动者”。他启蒙了对消费者研究的运用，在把广告业的经营和专业化推向顶峰的同时创造出一种崭新的广告文化。世易时移，他对广告的原则性意见在今天的市场中仍起作用。

《奥格威的广告自白》以简洁的语言、生动的图解，为您进一步解读奥格威个人成功的奥秘和其独到的、前瞻性的管理原则，以期更多的企业人士能从中得到消费者研究、广告创意、市场销售、品牌推广等方面的启示。

《奥格威的广告自白》

作者简介

赵发进，三眼国际创意文化传播机构签约专家，高级职业经理人。从事快速消费品行业多年，具备丰富的营销和销售管理经验；由业务员一步一步做到高层职业经理人，经历过销售团队的组建，经销商团队的开发与管理、广告策划和营销推广等工作；对市场营销、广告策划、销售管理、团队建设和员工职业发展有着自己独到的研究和探索，是国内不可多得的实战派专家。现任职于青岛啤酒集团公司。

《奥格威的广告自白》

书籍目录

序前言第1章 广告公司的经营问题 跟厨师学习如何做领导 如何分配任务 发掘具有伟大创造力的人才 有创造力的天才在哪里 争夺客户的秘诀 和客户建立联系 科学开发客户的方式 怎样减少客户流失 站在客户的角度思考问题 怎样做提案第2章 广告的创作规律 新员工必须知道的理念 注重广告的内容 用事实写广告 赚品牌和形象的钱 广告要出彩，品牌个性要出来 标题是平面广告中最重要的部分 正文是广告的中心思想 广告不像文学 插图的作用比文字大得多 针对不同的受众设计不同的广告 怎样做好路牌广告 让广告吸引消费者的眼球 杜绝做不好的广告 在文案中借用消费者的经验第3章 广告的制作要点 电视广告的制作 盖洛普博士的建议 制作优良的食品广告 优秀的国际旅游地广告 大卫·奥格威所做的旅游地广告 专利药品广告 从第一个镜头就开始推销第4章 基本的忠告 要有大志，但不能咄咄逼人 客户主管的道路 时刻补充知识，成为专家 广告是有价值的 广告对产品价格的影响 广告和编辑的关系 广告不等于谎言 将广告用于公益事业 广告和产品质量的关系第5章 广告公司与客户的关系 广告公司要克服恐惧 选准你的广告公司 企业客户应该怎么做 坦诚让效率变得更高 让直觉指引你寻找客户 挑选客户的标准 巩固与客户的关系 主动拿出广告方案附录 附录1：大卫·奥格威的故事 附录2：大卫·奥格威名言录

《奥格威的广告自白》

章节摘录

优秀的领导者——皮塔先生 皮塔先生是大卫·奥格威所在美琪饭店的厨房领班，所有人都知道皮塔先生是美琪饭店厨师中最优秀的。虽然作为领导的他不得不把大部分的时间用来安排菜谱和检查单据，但是不论工作多么繁忙，每个星期他都会抽出几天来认真地做菜。这个时候，厨房里所有的人都会围着他观看——他的手艺让所有人都感到震撼。员工们为和一位手艺高超的大师一起工作而自豪。但是，皮塔先生同时也是一位非常严厉的领导者。员工一旦不小心做错了事，都会抬起头来看看有没有被他敏锐的目光捕捉到，然后自觉地改正错误。大家在既尊敬又畏惧的氛围中与皮塔先生相处着，学习他的手艺，服从他的领导。

优秀的领导者应该是怎样的 大卫·奥格威曾经在他的一本著作中提到，他在美琪饭店感受最深的就是领导者的勤奋。美琪饭店的员工一般每周工作63小时，可皮塔先生却要工作77个小时，每两周才能休息一天。因为他是领导者，所以他比一般员工更加勤奋。皮塔先生还用自已的手艺向员工证明了自己的实力，这就使得所有的员工都干劲十足，对他敬畏并且崇拜。由此，大卫·奥格威得出了自己的结论：做一名优秀的领导者首先要保证自己的实力雄厚，让人不可忽略；其次，领导者要身体力行，勤奋刻苦。只有让大家信服你的能力，他们才会心甘情愿地服从你的管理；最后，领导者还必须有鲜明的个性，让员工真正感到你的不可或缺，信服并且依附于你，这样才会心甘情愿地服从你的领导，和你一起创造优秀的业绩。

《奥格威的广告自白》

媒体关注与评论

如果广告活动不是由伟大的创意构成，那么它不过是二流品而已 ——[美]大卫·奥格威
奥格威以他敏锐的洞察力和对传统观念的抨击照亮了整个广告行业，令任何广告人都无法企及。
——美国《广告周刊》 奥格威是现代广告最具创造力的推动者。 ——美国《纽约时报》
奥格威把我引进一座辉煌的殿堂，他好像就坐在我面前，以严肃而又带有些幽默的口吻向我娓娓叙说
一个广告人的悲喜故事。 ——著名策划人、深圳采纳营销策划公司总经理 朱玉童

《奥格威的广告自白》

精彩短评

- 1、图文结合比较容易看
- 2、其实是一本不错的小书~
- 3、都是一些比较简单可行的例子。从广告公司的经营、任务分配到如何与开发客户，创造自己的品牌，广告公司与客户之间的亲密联系的建立等等。算是初级和基础的了解广告公司运作的整个流程的一个好的基础书籍。
- 4、被骗来看的.....
- 5、内容很精练但是也过于简单 甚至算是粗糙... 我在等更多的案例呢。“的地得”不分的错误还挺明显的。
- 6、产品质量是广告的基础,说明事实,做出承诺.不要浪费时间,做自己擅长领域的专家

《奥格威的广告自白》

章节试读

1、《奥格威的广告自白》的笔记-第1页

《奥格威的广告自白》思维导图

《奥格威的广告自白》

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