

<<创意是根钉>>

图书基本信息

书名：<<创意是根钉>>

13位ISBN编号：9787111442363

10位ISBN编号：7111442369

出版时间：2013-10-23

出版时间：机械工业出版社

作者：张默闻

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：<http://www.tushu007.com>

<<创意是根钉>>

内容概要

中国有没有一本案例书，让我们可以看到营销策划的全过程？
中国有没有一本案例书，是甲方认可和嘉奖的经典营销策划案例？
《创意是根钉》就是这样的一本书。

这是有着“北有叶茂中南有张默闻”的中国营销策划创意大师张默闻的最新力作。
通过5个第一品牌案例的全程展现，《创意是根钉》和您共同阅读荡气回肠的创意过程，感受企业品牌力量，见证品牌销量奇迹，体验营销绝招滚滚袭来。

阅读本书你可以快速成为中国优秀的营销策划人，掌握中国营销策划奥妙，和张默闻这厮一起练成感动中国的策略能力和非凡的文案创作能力！

<<创意是根钉>>

作者简介

张默闻策划集团是一家负责任的营销策划公司；总部在中国杭州。

张默闻策划集团是一家从战略到战术，从营销到传播，从品牌到广告，从创意到媒体，从管理到文化的实战型的营销策划公司。

张默闻策划集团是中国最具实力和影响力的营销策划公司。

2010年被评为年度最具合作价值策划公司，2011年被评为中国广告金牌品牌传播策略公司，成功为多家企业进行过整合营销传播策划，是一家快速成就企业的品牌和销量的营销策划公司。

张默闻策划集团以企业管理家的思维帮助企业管理企业，成为中国多家著名企业的长期战略和策划顾问。

张默闻策划集团是良心公司、道德机构，一切以客户成长为根本。

为了确保服务质量，我们限量接单，因为我们信奉“做一个成一个”的道理。

<<创意是根钉>>

书籍目录

叶茂中序 难怪他的客户称他为怪才
 穆红序 默闻注定不默闻
 自序 没有甲方嘉奖的案例都是耍流氓
 快克感冒药全案
 张默闻策划经典创意之一：
 快克品牌荣誉迈入感冒药前三强
 快克品牌大事记
 战略篇 好牌好药22年成就快克前三强
 市场篇 市场出奇兵快克小浪底工程的战略思维
 品牌篇 快克品牌的品与牌
 请允许我为快克品牌鼓鼓掌
 公益篇 大爱快克爱中国看快克品牌的拳拳公益心
 传播篇 传播发力姜文代言快克品牌
 评论篇 山东卫视：共同演绎公益事业的企业精神
 张默闻策划经典创意之二：
 聚焦品牌 共赢未来：让快克出击
 董事长楼金：月亮代表我的心
 总经理何天立：联手、连心、连未来
 总经理何天立：快克，消费者信赖的知名品牌
 张默闻：品牌与销量是最重要的
 张默闻策划经典创意之三：
 恭喜快克成为绿色感冒药
 快克品牌2012年大事记
 绿色理念 甲方庄严的声音——绿色药大品牌水到渠成
 绿色渠道 用心铺就绿色渠道 终端全线飘绿
 绿色广告 快克品牌演绎绿色进化
 案例回放 是快克让快克成为绿色感冒药
 快克绿色感冒药是这样炼成的
 市场调研 终端药店声音——绿色快克让顾客放心
 消费领袖声音——绿色快克安全和疗效的保证
 权威活动 权威媒体声音——我们一定要为这个品牌叫好
 张默闻担任第十届学院奖《快克创意实战奖》评审
 张默闻写何天立：苦春秋实写春秋 顶天立地何天立
 黄老五食品全案
 张默闻策划经典创意之四：
 正宗营养花生酥 好吃不过黄老五
 黄老五品牌大事记
 董事长观点 小企业大梦想，一路良心做花生
 战略合作 那个下午我被黄老五酥了一下腰
 产品篇 做品质兼优的“七有”花生酥
 品牌篇 12345好吃不过黄老五！
 营销篇 好吃的力量敲开消费者心门
 营销活动 黄老五花生酥沙雕展大放异彩
 黄老五花生酥首创明星机器人：宋丹丹机器人

<<创意是根钉>>

黄老五花生酥笑傲糖酒会

传播篇 踏实做产品全媒体传播

校园传播 第11届中国大学生广告艺术节学院奖

黄老五创意大赛走进中国知名大学

公益篇 雅安不怕，我们在一起！

曼卡龙珠宝全案

张默闻策划经典创意之五：

多一点光芒 曼卡龙轻时尚珠宝

品牌简介

董事长观点 曼卡龙只做对得起女人的事

战略合作 曼卡龙珠宝的轻重缓急

产品篇 123爱上轻时尚

爱尚炫爱尚假日之炫

品牌篇 轻时尚，中国时尚珠宝新高地

营销篇 时尚+情感开启中国珠宝营销新篇章

导演说 以“形”捕“型”——曼卡龙《假日系列》TVC制作纪录

媒体说 中国十大门户网络媒体聚焦轻时尚

张默闻写孙松鹤：曼卡龙时尚珠宝 孙松鹤风华雕琢

奥洛菲化妆品全案

张默闻策划经典创意之六：

世界品牌奥洛菲引领日化行业新潮流

董事长观点 奥洛菲，畅享科技之美

管理篇 团队是改变一切的唯一力量

产品篇 “6无添加”领航护肤新潮流

品牌篇 夸夸让世界女性美至传奇的奥洛菲

品牌故事 源于OLAF&OLIVIA唯美的爱情

营销篇 爱与科技融合的奥洛菲五大营销宝典

传播篇 玫瑰花海中的整合传教者

评论篇 有价值观的传播才是有价值的传播

奥洛菲以“品”得天下

一种播撒生命力的品牌延续

选择背后浸透的智慧之美

通威鱼全案

张默闻策划经典创意之七：

通威鱼，世界都在吃

通威鱼品牌历程篇

领袖观点 改善人类生活品质 成就世界水产品牌

营销背景 中国人的健康水平将由鱼决定

战略合作 是谁让张默闻和刘汉元主席的合作如此多娇

产品篇 通威海南纯生鲫鱼

通威海南纯生鱼肉丸

通威海南纯生儿童成长鱼丸

通威海南纯生微波鲫鱼片

通威海南纯生裹面包屑鲫鱼条

通威海南纯生火锅鱼皮

营销篇 通威鱼大手笔开启食品论坛引爆全城恋鱼风暴

<<创意是根钉>>

创意篇 三枪拍案惊奇 见证伟大创意的力量

传播篇 天罗地网做传播 鱼跃龙门通威鱼

媒体评论篇 成都商报：品牌传播助力通威稳固行业龙头地位

成都电视台：创意传播助力品牌与销售齐飞

名人写名人

张默闻写叶茂中：王和王的天下

叶茂中写张默闻：很为这兄弟高兴

张惠辛写张默闻：傲气义气与火气

张默闻写宗庆后：商业教父的秘密

张默闻写穆虹：那个广告大佬叫穆虹

后记

没有甲方的掌声我没有胆量出这本书

<<创意是根钉>>

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:<http://www.tushu007.com>