

<<实战广告案例（第3辑）>>

图书基本信息

书名：<<实战广告案例（第3辑）>>

13位ISBN编号：9787300084305

10位ISBN编号：7300084303

出版时间：2007-9

出版时间：中国人民大学

作者：穆虹 主编

页数：392

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>

## <<实战广告案例 (第3辑) >>

### 内容概要

判断广告运动的成功与否有诸多的考量标准，无论是对产品销售业绩的提升，还是对品牌的美誉度、忠诚度的强化等，都是品牌拥有者和品牌推广者所关注的。

面对日益同质化的市场环境和日趋理性的消费者，我们将如何前行？

在2006年的中国广告行业回响着一个强劲而纯朴的声音：做有效的广告！

权衡以上的判断，我们认为，这些也是成功的广告全案策划所必备的条件。

此番我们激情推出的《实战广告案例(第三辑)·全案》汇集了2006年度在中国市场上业已发生的、精彩纷呈的、实效突破的成功的广告全案。

在本书中您可以找到极具原创性的广告策略、极具借鉴价值的执行方案、极具说服力的实证效果等。

本书的案例覆盖诸多行业，如IT、房地产、汽车、食品饮料、服装、媒体，尤以媒体行业的案例为亮点，这恰好反映了中国媒体行业的现状。

众所周知，中国的传媒行业从2006年开始已经进入了品牌竞争阶段，无论中央还是地方媒体，都在利用一切资源进行自身品牌打造。

如由上海文广新闻传媒集团选送的案例“联通青藏巅峰之旅”，充分利用了媒体的优质资源，将新闻事件进行有效延伸，并为有影响力的品牌搭建了鲜活的传播平台。

## &lt;&lt;实战广告案例(第3辑)&gt;&gt;

## 书籍目录

IT类[手机有价欢乐无价]——“波导”MP4手机新体验运动[音乐成就梦想]——“纽曼”数码联姻“梦想中国”营销案[“扬天”上市高调进入]——“联想”扬天电脑新品上市广告推广[数字十运谁与争锋]——“江苏移动”数字十运整合传播运动[创响纪]——2005“彩铃大赛”响亮天津[品牌落地 服务升级]——“动感地带”毕业生关怀计划推广案[三十天从幕后走到台前]——“浪潮”中国象棋人机大战创新营销案房地产类[收藏江南最美的风景]——“科园·九溪江南”地产策划案[世界级球会的地产传奇]——“观澜湖·翡翠湾”别墅上市整合推广[世界的眼光 国际的品质]——“山水黔城”楼盘全案代理[尊尚生活圈]——“东裕广场”项目广告策划案[这真的是北京吗]——“星河湾”高端二期工程销售策划案汽车/工业品类[静观其心动达天下]——“三菱戈蓝”上市整合传播案[疯狂的摩托]——“光阳摩托”启动新摩力整合营销传播案[家庭电气化 我要的生活]——“福建电力”家庭电气化整合推广案[突破自我 智尚有为]——“海马”福美来2代上市推广案家电/日化、家庭用品/服饰类[令你更美的秘密]——“强生爱可舒”美瞳日抛隐形眼镜策划案[典藏流动美学]——“英皇卫浴”营销美学策划案[从全运到奥运]——“华帝”体育营销策划案[网络营销共赢的典范]——TOM在线与“三星”携手打造世界杯盛宴[创享舒适卫浴空间]——“箭牌卫浴”整合营销传播案旅游娱乐/交通/城市形象/金融保险类[旅姐回眸处 重庆出境]——“2006国际旅游小姐”中国西部(重庆)行[蓝色的旋律]——深圳发展银行品牌策划案[万事皆可达 唯有情无价]——万事达卡2005“世界旅行家”整合营销[让中意“中意”]——“中意人寿”2006品牌推广全攻略[运动着 就是健康的冠军]——“中国平安”全民健康总动员公益体育运动[什么掀起房贷波澜]——深圳发展银行双周供业务推广[红楼花开 唱响品牌]——温都水城“红楼梦中人”选秀基地品牌打造案[红色激情 感动中国]——江西卫视首届中国红歌会活动全纪实[生活的大师杯]——“中国银联大师杯”活动营销实战药品/保健品类[2006亮剑中国]——“诺迪康”的营销传播[金鸡一唱天下白]——“金鸡胶囊”整合营销传播策划纪实[返璞归真 大道至简]——“修正药业”良心药、放心药策略回顾[魅力自我 闪亮未来]——“仁和”闪亮新主播策划全案[三精品牌的蓝瓶风暴]——“三精”系列口服液推广策略[百年品牌的新产品营销运动]——“云南白药”创可贴年度飞跃[从年不过亿到年销2.6亿]——“前列康”飓风行动全案策划要点揭密[我最闪亮]——仁和闪亮2007“快乐男声”娱乐整合营销食品饮料类[我要我的滋味]——2006年“伊利优酸乳”品牌营销攻势[与己论道 巅峰已随心]——“竹叶青·论道”参展TOP MARQUES策划纪实[全面健康成长的“QQ星”]——伊利“QQ星”儿童奶品牌建立之路[企鹅爱上喝可乐]——“可口可乐”互联网营销新模式[为梦想创造可能]——2006年“伊利”大品牌奥运营销风暴[营造健康快乐的品牌关系]——“日清”品牌消费关系营销[全民健身 蒙牛激情]——蒙牛“城市之间”体育营销活动解析烟酒类[激情成就梦想]——青岛啤酒“观球论英雄”大型电视竞猜活动全案[真藏实窖 诚待天下]——“口子窖”品牌推广[向高尚成就致敬]——水井坊“2006CCTV中国经济年度人物评选”媒体/其他类[让感动成为生产力]——云南首届“品牌、诚信、创新”评选活动纪实[行无人之地]——山东卫视电视栏目剧《低头不见抬头见》营销全案[学海无涯 媒体作舟]——安徽电视台EMBA精英班提升服务新高度[感知 互动 体验]——上海东方少儿频道从媒体品牌走向商业品牌[联通青藏 巅峰之旅]——SMG巅峰之旅整合营销案[一个也不能少]——《成都商报》“心灵工程特别行动”策划[借势扬名 顺风飞扬]——“天津滨海国际机场”品牌推广案[网络和报纸一起下的蛋]——“腾讯·大渝网”开创区域门户网站的新时代[民生的力量]——甘肃广电《今晚新时空》栏目策划推广方案[重返知青点 建设新农村]——《潇湘晨报》品牌推广案例[盛放你的美]——“流行美”品牌传播推广案[挖掘环境 创意自身]——武汉经济技术开发区“2006汽车主题系列”活动[为品牌服务的一场运动]——河北电视台首届“时尚任我行”活动营销案[感知天下 关爱永远]——《京华时报》五周年社庆公益广告选送单位简介

<<实战广告案例（第3辑）>>

编辑推荐

《实战广告案例：全案》（第3辑）的案例覆盖诸多行业，如IT、房地产、汽车、食品饮料、服装、媒体，尤以媒体行业的案例为亮点，这恰好反映了中国媒体行业的现状。众所周知，中国的传媒行业从2006年开始已经进入了品牌竞争阶段，无论中央还是地方媒体，都在利用一切资源进行自身品牌打造。如由上海文广新闻传媒集团选送的案例“联通青藏巅峰之旅”，充分利用了媒体的优质资源，将新闻事件进行有效延伸，并为有影响力的品牌搭建了鲜活的传播平台。

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>