

<<广告案例剖析>>

图书基本信息

书名：<<广告案例剖析>>

13位ISBN编号：9787304022181

10位ISBN编号：7304022183

出版时间：2002-1

出版时间：中央广播电视大学出版社

作者：严硕勤 编

页数：240

字数：281000

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>

## <<广告案例剖析>>

### 内容概要

本书是中央广播电视大学试办广告专业的教材。

本书共十章，按照实际广告运作的程序步骤和方式方法来建构理论体系，精选了近80个中外广告案例，并充分挖掘这些案例的个性和共性的东西。

本书在每章里都特别强调了实战中的广告操作要义，在具体分析某个案例时，都有对该广告时间性、产品性、地域性、竞争性以及目标受众的分析和评价，用以说明广告与市场的对接是否准确、其操作的方法和步骤是否正确、全程广告运作的成败得失等。

总之，本书不仅是一部可以提供理论依据的教材，同时也是一部具有可操作性的读本。

## <<广告案例剖析>>

### 作者简介

刘永炬，1957年出生,国家注册咨询顾问、中国广告协会学术委员会委员、社科院研究生院兼职教授、北京大学EMBA外聘教授，先后在国内企业及跨国公司工作。  
曾担任企划及市场经理，市场总监，销售总监，营销副总，总经理等职。  
刘永炬先生在多年的市场运作中把许多国外先进营

## &lt;&lt;广告案例剖析&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 市场营销中的广告 第一节 广告在市场营销中的地位 第二节 市场营销中广告的作用 第三节 市场营销中的广告表现 第四节 生命周期的营销策略与广告方式 第二章 产品各生命阶段的市场及广告策略 第一节 产品导入期的市场及广告策略 第二节 产品上升期的市场及广告策略 第三节 产品成长期的市场及广告策略 第四节 产品成熟期的市场及广告策略 第五节 产品衰退期的市场及广告策略 第三章 各生命阶段产品的广告诉求 第一节 导入期产品功能诉求 第二节 上升期产品概念及特色诉求 第三节 成长期产品概念及功能诉求 第四节 成熟期产品概念及特色诉求 第五节 衰退期广告诉求策略 第四章 各生命阶段品牌广告诉求 第一节 导入期的品牌认知诉求 第二节 上升期的品牌认知诉求 第三节 成长期的品牌概念诉求 第四节 成熟期的品牌特色诉求 第五章 不同类别产品的市场策略及广告表现 第一节 理性产品的市场策略 第二节 理性产品的广告创意表现 第三节 感性产品的市场策略 第四节 感性产品的广告创意表现 第五节 感性加理性产品的市场策略 第六节 感性加理性产品的广告创意表现 第六章 产品生命阶段的媒体利用 第一节 媒体组合 第二节 生命阶段的媒体组合 第三节 功能性产品的媒体利用 第四节 快速流转品的媒体利用 第五节 耐用消费品的媒体利用 第七章 企业品牌形象的塑造 第一节 企业形象广告 第二节 产品品牌形象广告 第三节 企业品牌形象广告 第八章 竞争环境下的广告表现 第一节 新产品上市时的广告 第二节 竞争下促销活动的广告 第三节 公关活动的广告 第四节 通路推广的广告 第九章 广告表现的美感与情感 第一节 广告所传达的美感与情感 第二节 生命阶段中广告美感创造 第三节 生命阶段中广告情感创造 ..... 第十章 广告策划与创意的原则 后记

## &lt;&lt;广告案例剖析&gt;&gt;

## 章节摘录

一是产品没有区隔，谁都能吃，淡化了产品的理性成分，把产品感性了。而感性的塑造是在塑造品牌，而不应该是在塑造产品。这则广告既不塑造品牌，也不塑造产品。

二是在市场推广运作中，推广的对象是有选择的，并不是所有的消费者都是推广对象。如果是大多数人都能吃的产品，在人群的定位上就应该选择青年人，其原因是：（1）青年人接受新事物快；（2）产品的时尚性要求；（3）青年人成长的时间还很长，对企业品牌的未来发展有利，即受产品教育的人数会逐年增加，累积的品牌人群会很大；（4）儿童对理性产品大都不会主动购买，所以也不应是推广对象；（5）老人接受新事物慢，消费观念差，而且保健观念也不是人到老年后才建立的，另外品牌的延续性弱；（6）教育老年和儿童则有可能失去整个市场，因为青年人和中年人会拒绝，但教育青年人整个人群都有可能接受。

2. 保健品之三七茶橘黄的灯光下，舒缓的音乐声中，一只女性的手轻轻地在桌上放上一个有一包袋装茶的杯子和一张纸条。

女性柔和的声音轻声念着纸条上写的两行小字：“知道吗，在这拥挤的城市，我只想牵你的手。”

画面切换，出现了一只男性的手，同样在桌上放上一杯泡好的茶和一张纸条。

男性用低沉的声音说出纸条上的字：“你纯净的微笑，足以让我百分百心动。”

画面切换，出现一只老人的手，他同样在桌上放上一杯泡好的茶和一张纸条。

老人充满深情地说道：“你们对我的爱，就像这三七茶一样。

浓浓的……”画面切换。

再次出现一只老人的手，她也轻轻地将一张写有小字的纸条放在桌上。

关爱地说道：“看到你是健康的，是我最大的快乐。”

打出字幕：三七茶，降血脂，调血压，清火，通便。

旁白：生活充满关爱，健康金不换。

……

<<广告案例剖析>>

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>