

<<动能>>

图书基本信息

书名：<<动能>>

13位ISBN编号：9787501985296

10位ISBN编号：7501985294

出版时间：2012-1

出版时间：中国轻工业出版社

作者：（德）荣，（德）马特 著，卢丹，甘一鸣 译

页数：237

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>

<<动能>>

内容概要

2010年戛纳广告节：Jung von Matt斩获“年度独立广告代理”大奖，使这一年成为公司成立近二十年来最为辉煌的创意之年。

2011年戛纳广告节：Jung von Matt再度荣获“年度媒体代理”称号。

在当今世界，媒体与日常生活的数字化使许多适用于既往的广告规则失去了效力。

一方面：消费者从未像现在这样有如此之多的机会躲避广告。

但另一方面：广告推广的选择和机会之多也是前所未有的。

《动能：今日广告传播所需之力量（修订版）》包含了我们两人相加共六十余年在广告制作过程中所积累的认识。

我们所做的广告要获得“意料之外，情理之中”的效果；要令观众喜闻乐见，而不必靠死缠烂打引人注目；要将品牌或企业的诉求植入人们的脑中。

谨以此书献给那些在广告中投入大量时间或金钱的人们。

动能，是今日广告所需的力量。

是的，就在今天！

作者简介

霍尔格·荣，在经过了几年法律专业学习之后，霍尔格·荣在位于汉堡的Lintas公司踏上他的广告策划生涯，并于1991年与让·雷米·冯·马特一道，创建了自己的广告公司——Jung von Matt。

霍尔格·荣曾连续六年担任德国广告总商会(GWA)主席，这也是德国广告行业中的最高领导职务。与此同时，他被任命为传媒设计与媒体专业的教授。

时至今日，霍尔格·荣已成为全德最有名望的广告顾问，并在Jung von Matt公司监事会中任职。

自1994年以来，Jung von Matt公司已在德国艺术总监俱乐部(ADC)颁布的排名中十二次折桂。在戛纳广告节、克里奥(CLIO)广告奖、D&AD广告设计奖、Eurobest广告节、纽约广告节，以及One ShOW“金铅笔”大奖中的获奖数量，在德语区市场中无人能够企及。

<<动能>>

书籍目录

引言

制作好广告的规则在于突破规则

第一章 广告传播中的杠杆原理

用创意撬动经济利益

第二章 没有最好，只有更好

雄心壮志的力量

第三章 语重不在言多

关于集成与简约

第四章 创意有两种，哪种更创造价值呢

关于创意的作用方式

第五章 伤痕是性感的，冷汗则不然

广告中的挑衅

第六章 广告的是与非

论战略和创意的相互影响

第七章 最强的战略家既聪明又懒惰

关于那些为创意铺路的人

第八章 品牌修炼之路

品牌形象、定位及品牌认同

第九章 要想驾驭客户品牌，自己也要有品牌“范儿”

广告公司自身的品牌营销

第十章 市场营销的辅助工具

调查问卷的可信度

第十一章 潜移默化与喋喋不休——一对差别巨大的孪生兄弟

广告投放规模与模式

第十二章 一只拳头比五根手指更有力

整合营销的增值效应

第十三章 人民掌握言论

论好的、坏的和根本不是标语的广告标语

第十四章 感觉与知识之间的无人之地

论广告代理与客户间的关系

第十五章 乏味从未像今天这样如此致命

关于数字世界中的传媒

鸣谢

章节摘录

让·雷米近三十年广告职业生涯中 唯一的谎言。

十年之后，受聘于德国Springer & Jacoby广告公司的让·雷米也有机会真正为奔驰做广告企划。与奔驰品牌负责人的第一次碰面并未觉察他们有任何进攻性。

而奔驰的一位经理在阐述广告要求时说，“您要知道，奔驰的车标是金的，我们只是把它镀上了铬。”于是，一则主题为“Fighterin Flannel”[着法兰绒的斗士]的奔驰广告便由此诞生，其虽以低调的淡灰色着底，但内容上却耀眼夺目。

这一方案将奔驰品牌带进了一个新时代，沿用十余年，其锋芒依旧。

如同其他广告一样，让·雷米的第一支奔驰电视广告也源于他的一段亲身经历。

拍摄之前，他飞赴西班牙赫雷斯[Jerez]，向奔驰的品牌负责人介绍新的广告方案。

路途漫长且辛苦，而且在目的地机场也是事事不顺，但提供给让·雷米租赁汽车的公司却给了他一个绝佳的补偿：一辆崭新的奔驰igoE。

坐在车里，关好车门时他想到，“欢迎回家！”

”于是，他便把这段经历写成了广告文案。

这则电视广告取得了极高的动能，但在戛纳却被批评有沙文主义倾向，这就是所谓的“树大招风”吧。

尽管受到非议，这则广告还是为Springer&Jacoby公司未来无数成功广告开了个好头。

奔驰不满足于现状，总是为自己制定更高目标，但在实施过程中却又脚踏实地。

.....

编辑推荐

在经过了几年的法律专业学习之后，霍尔格·荣在位于汉堡的Lintas公司踏上他的广告策划生涯，并于1991年与让·雷米·冯·马特一道，创建了自己的广告公司——Jung von Matt。

霍尔格·荣曾连续六年担任德国广告总商会（GWA）主席，这也是德国广告行业中的最高领导职务。

与此同时，他被任命为传媒设计与媒体专业的教授。

时至今日，霍尔格·荣已成为全德最有名望的广告顾问，并在Jung von Matt公司监事会中任职。

自1994年以来，Jung von Matt公司已在德国艺术总监俱乐部（ADC）颁布的排名中十二次折桂。在戛纳广告节、克里奥（CLIO）广告奖、D & AD广告设计奖、Eurobest广告节、纽约广告节，以及One Show“金铅笔”大奖中的获奖数量，在德语区市场中无人能够企及。

让·雷米·冯·马特做过的第一份工作，是给一家瑞士报纸写讣告。

当时他还在做学生，没过多久他便开始寻思：很多人倾其毕生追求自我，那他们死后是否也应有几句与众不同的文字作为告别，而非复制那些千篇一律的范本呢？

这便是让他走上创意道路的第一个冲动。

今天，让·雷米·冯·马特已是德国最大的独立创意机构Jung von Matt的创作核心。

这家公司，是他于1991年在汉堡与霍尔格·荣共同创立的。

过去二十年中，Jung von Matt已成长为德国最为成功和杰出的广告企业，公司所获的众多创意和效果大奖就是最好的证明。

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>