

<<亲吻销售>>

图书基本信息

书名：<<亲吻销售>>

13位ISBN编号：9787549405343

10位ISBN编号：7549405344

出版时间：2012-7

出版时间：广西美术出版社

作者：[美] 罗伯特·索耶（Robert Sawyer）

页数：182

译者：蔡春华

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>

<<亲吻销售>>

内容概要

罗伯特·索耶所著的《亲吻销售(用文字温柔地俘获顾客)》是一本广告文案类的全能选手，从公司命名、标题、广告标语、交互媒体、型录、长文案，乃至无字文案的广告无不包罗其中。书中没有涌现诸如“文案应该这样写”或“不应该那样写”之类的规则，而是让读者通过沟通、讨论、研读案例后学会拿捏文案撰写背后的各种动态变化，然后坐下来开始自己撰写文案。

在“广告说明文字”部分，本书对作品如何与营销策略的结合作了详细的解析与阐释。

所以这不只是一本教你做创意的书，更是一本教你兜售创意的书。

由于作者对章节的巧妙编排，使其既有纵向的系统性，又有横向的独立性。

作者以广告文案惯有的幽默和轻松笔调撰写此书，诙谐而不失睿智，读来令人愉悦且心神领会。

<<亲吻销售>>

作者简介

罗伯特·索耶拥有心理学和美学研究背景，他既是一位成功的创意总监、品牌策略分析师，又是一位出色的出版诗人和剧作家。

从最初的文案撰稿人、高级文案到之后的创意总监，在20多年的职业生涯中，他曾为众多世界知名品牌撰写文案、建立品牌、制定市场定位策略，并创造了突破性、高效率的沟通方式，在广告、传媒、印刷、广播、网络等领域范围内都有着深刻的影响力。

现今，他与妻子，资深编辑人夏洛特·巴纳德，生活在纽约市。在这里他正获得更多跨领域客户们的青睐，其中包括男性时尚、交互媒体、医疗技术和财务服务公司，以及新兴企业和非营利性组织。

<<亲吻销售>>

书籍目录

译者序
作者前言
序言
引言
如何充分使用本书
第一章 什么是文案写作？

创意第一，文字次之
并非散文，亦非诗歌
技巧，而非艺术
你所要知道的一切
了解你的受众

第二章 文案要素

标题写作
正文写作
广告标语

第三章 文案写作

信仰文字
教育，再教育
家庭观念
富人
直言相陈
无需文字，或愈少愈好
彰显态度
激发感情
一切有关于你
承诺，承诺
轻描淡写，或大创意简化
加入我们
认真游戏
夸张与夸大的艺术
撩拨
人脸效应
能说会道
金钱万能
文字游戏
超越视觉
明星代言，真实与想象
全球之声

第四章 交互媒体

第五章 型录与长文案

第六章 名字及命名

公司是怎样被命名的

参考书目

<<亲吻销售>>

<<亲吻销售>>

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>