第一图书网, tushu007.com

<<卖点推广与广告运作>>

图书基本信息

书名：<<卖点推广与广告运作>>

13位ISBN编号：9787801696885

10位ISBN编号：7801696883

出版时间：2005-1

出版时间：中国时代经济出版社

作者：徐峰 编

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

内容概要

《卖点推广与广告运作》主要内容包括：卖点推广不是简单的把卖点告诉消费者，它是把卖点的价值用更切合消费心理，更有创意的形式表达出来，吸引消费者关注，促使消费者产生购买需求的市场推广行为。
实践中，广告是最常用、最有效的卖点推广形式，也是消费者最熟悉的卖点推广形式。
我们在《卖点推广与广告运作》正文中会更多地用广告作为分析、介绍卖点推广策略、方法、范例的主体内容。

卖点推广是创意活动，它必须以有效的卖点创意为基础，用具有独特性的形式表现出来，通过最合适的渠道把企业推广的卖点传递给公众，把公众变为卖点产品的消费者。
当然，这样一个推广流程必须用良好的控制为卖点产品的消费者。
当然，这样一个推广流程必须用良好的控制和效果评估，以确保整个卖点推广活动合理有效，成本节约、效果最佳。

我们在正文中，把产品卖点的推广作为主题，用案例作为导向，介绍企业如何在产品推广过程中，以产品卖点为宣传推广核心，怎样围绕卖点推广产品。
其中，以广告这种最常用，也最有效的宣传推广形式与卖点推广的结合作为重点操作范例，详细介绍企业如何在围绕产品卖点确定广告战略，选择广告媒体，设计广告内容，评估广告效果。

第一图书网, tushu007.com

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