

<<创意营销·电脑POP>>

图书基本信息

书名：<<创意营销·电脑POP>>

13位ISBN编号：9787806743683

10位ISBN编号：7806743685

出版时间：2005-8

出版时间：广西美术出版社

作者：方如意

页数：95

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

对于绝大多数的消费者来说，同质化的广告接触实在太多，广告的刺激效果不断地被分散，因此商家怎样用其他新鲜的形式接近消费者，怎么样才能让广告越做越有注意点，让创意越来越具有引导消费倾向的价值，这就是广告这个媒介载体如何更好的体现其价值的问题正在被越来越多的商家所考虑。而POP这种古老又简单的促销手段，用简洁、明确的焦点告知的方式，极具明示特征和直白说明的表达，不受展示时间和空间的限制，也易于和品牌的总体策略相结合，以达到彰显产品特点、突出传播效果的目的，让消费者在接触的第一时间里既能记住品牌、又能亲近产品，让消费者在短时间内记住广告，与潜在的消费欲望产生共鸣。

POP的灵活和方便，越来越成为商家促销战略的有力补充。

笔者因业务关系经常接触到商家的促销行为，有感平民化的POP的实用，而且POP对同质商品的差异化的明确传达，还有POP的特色表达在消费者心目中有效地树立了对品牌的认知和认同。

作为促销的实用手段，我整理收集了近来所做的一些POP实例和其一些电脑制作的步骤过程，汇集成该书集，为的是以此抛砖引玉，让更多妙趣精要的创意丰富这一有益有趣的促销法宝，使商家能更好地推出自己的好商品，使消费者更容易更直接地挑选自己满意的商品。

作者简介

陆红阳，1987年毕业于中央工艺美术学院，同年分配入广西艺术学院任教。

现为广西艺术学院副教授，硕士生导师。

曾出版的专业论著有：《现代设计学校》、《基础图案设计丛书》、《中外图形运用》、《形象画艺术》、《图案设计作品集》、《超速营销POP丛书》、《设计色彩丛书》、

书籍目录

电脑POP综述篇 电脑POP制作篇 电脑POP欣赏篇

章节摘录

书摘色彩与人的心理、生理有密切的关系。

在长期的生活当中，人们已经形成了对不同色彩的不同理解：或给人以华丽、朴素、雅致、鲜明、热烈的感觉，或使人感觉到喜庆、愉快、舒适……相同的色彩运用于不同的主题和环境会激发人们产生不同的情绪。

不同的色彩根据主题的不同而具有不同的渲染效果。

事实上，色彩心理和色彩生理是同时交替出现的，它们之间相互联系又相互制约。

当色彩刺激引起心理变化时，也一定会产生生理变化。

例如：糕点店的POP根据需要运用暖色调进行装饰，这样能对消费者产生心理暗示，从而完成色彩心理和色彩生理从视觉到味觉的转变。

P19

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>