

<<牛文案是怎样炼成的>>

图书基本信息

书名：<<牛文案是怎样炼成的>>

13位ISBN编号：9787811278774

10位ISBN编号：7811278774

出版时间：2010-6

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：多米尼克·盖廷斯

页数：179

译者：陈志娟

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>

<<牛文案是怎样炼成的>>

前言

吉布 (MatriceGibb) 说过这样一句话, “歌词, 只有歌词才能让我带走你的心”。

文字确实是我所拥有的一切。

今年年初, 我受邀去联合利华公司, 为一群自称为“26”的人做演讲。

“26”小组以字母的数目自称, 是由一群以写作为生的男男女女组成。

除此之外, 他们的外表和言行举止都与正常人无异。

邀请我做演讲是“26”小组拓展计划的一个部分, 我的演讲针对一群背景各异的广告文案。

DDB公司的威尔·奥得瑞 (WillAwdrey) 和Radio公司的保罗·伯克 (PaulBurke) 跟我在一起, 我们试图解释广告文案究竟是做什么的。

演讲开始时, 我展示了一篇珍贵的小文案。

在将近30年的文案生涯中, 我想我见诸媒体的文字不过几千个。

文案这个头衔就像给小裁缝戴个“裁缝”的头衔一样多余, 我们的工作“创意”。

<<牛文案是怎样炼成的>>

内容概要

课堂或广告公司都很少教授文案写作技巧，但它却是创造财富、推动新产品、甚或在竞选中获胜的法宝。

但创意是能教会的吗？

多米尼克·盖廷斯认为可以，并在本书中提出了写作牛文案的八条规则。

了解目标市场，紧扣大纲，客观如实，了解媒体，调查研究，密切相关言简意赅，雄心勃勃。

它们的确卓有成效。

实践证明，无论是在课堂还是在工作室，甚至在很多广告战役中，只要运用上述原则，必将事半功倍。

多米尼克。

盖廷斯（Dominic Gettins）为灵智大洋（EuroRSCG）伦敦公司创意指导，是一位深受赞誉的广告文案，曾获得过约30个广告奖项，包括英国最具权威的设计奖D&AD奖、法国嘎纳广告节奖、IPA广告效果奖、纽约广告节金奖等。

他创作了大量成功的广告，其创意被许多一流的组织所采用，如BBC、微软等。

<<牛文案是怎样炼成的>>

书籍目录

序引言文案写作的八条规则引起注意回到规则规则1 了解目标市场 沟通对象 Lynx香水效应规则2 调查研究 媒体 资金 制作方法 项目规则3 符合大纲 策划 风格 广告战役规则4 紧扣主题 隐喻规则5 客观如实规则6 简明扼要 应该避免的20种情形规则7 了解媒体 广播 招贴 平面文案 新媒体 电视规则8 雄心勃勃 冲破束缚 关于创意的思考 独创性结语使用自由文案字词的力量广告案例

<<牛文案是怎样炼成的>>

章节摘录

插图：好句子是供人躺在舒适的椅子上欣赏的，并广为人知，获得人们慷慨的夸奖。

优秀的文案源自精彩的写作以及“向合适的人说了合适的话”，因而为大家所熟悉。

在广告业界，人们往往将大部分功劳归功于广告主。

的确如此，在很多方面，广告主对标版的好坏和其是否能流芳百世负有不可推卸的责任，而无论这个广告主是经理、卖主，还是企业主。

这是因为，好句子有赖于买主是否能慧眼识珠，是否能超越自己平时的智慧。

此外，标版还必须在不断的人事和市场变化中持续下去，直到成长壮大到能为品牌的持续发展保驾护航。

“巧舌生花”，“来点牛奶？”

“高科技带来的好处”，“每一点都有用”，“不同寻常的美味蛋糕”，“确实昂贵的啤酒”，“前途是光明的”和“未来是橘色的”。

如果说他们在这些标版上花费了不少时间，那是因为他们过去根本不必这么费心。

不管他们走到哪里，他们都会被人们认出来，进而使他们的成功更加稳固。

他们不必去击退竞争对手的挑战，因为他们很久以前就赢得了胜利。

在调查中，他们的成功再次得到证实，人们已经认可他们了，而新营销经理或新手设计的、试图带上个人风格的替代性创意，很快就被扔到了调查公司的垃圾桶里。

那么，那些旧时代的遗老遗小会说些什么？

很可能是“老朋友”。

那么“要可乐，是不是？”

“这句标版又出了什么问题？”

我们再也见不到“纯粹的天才”这个标版了，还有“多吃点鱼”和“茶，白天最好的饮料”等等。

有些广告悄无声息地消失了；而有些广告消失却引起了人们的怀疑，比如：“九成猫更喜欢它？”

“那不会是死的，对不对？”

“如果只穿一次就合身怎么办？”

这两种广告或许是太成功了，因此它们除了出现在直邮广告和产品标签上以外，似乎已经不再需要人看了。

<<牛文案是怎样炼成的>>

编辑推荐

《牛文案是怎样炼成的:广告文案写作八条潜规则》由中国传媒大学出版社出版。

<<牛文案是怎样炼成的>>

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>