

哈姆雷特的行销疑问--可供借鉴的广告行销实例



[哈姆雷特的行销疑问--可供借鉴的广告行销实例_下载链接1](#)

著者:林呈绿

出版者:中国友谊出版公司

出版时间:1998-07

装帧:精装

isbn:9787505714717

哈姆雷特的行销疑问：可供借鉴的广告行销实例，ISBN：9787505714717，作者：林呈绿著

作者介绍:

林呈绿，1952年生于台湾省台中县，辅全大学社会学系毕业。1977年

进入联广公司。1984年转战国际工商传播（其后更名为英泰广告）担任企划指导，现为英泰广告公司副总经理。

林呈绿曾尝试暂离广告界，转入其他产业从事制造、贸易、以及产品销售等工作。他是台湾首先使用电话行销的人之一。这些经历使他再度回到广告界时，能以更深刻的体会与多面向的角度，配合行销传播的专业，为广告主创造佳绩。

目录: 目录

我为什么正在写这篇序而不去洗温泉呢?

谁来写台湾的行销传播史?

以新观点走入新行销时代

自序

感谢词

第一篇 国外个案

1.BMW推出“7字头”的行销策略对不对?

2.大众汽车是被日本车挤出市场的?

3.PC是IBM的美梦还是梦魇?

4.福特Edsel是行销史上的大灾难?

5.布拉尼夫航空最后竟以脱光了结

6.第一品牌的可口可乐为何改变配方?

第二篇 实际执行个案

7.喜美三门如何立足台湾?

8.不景气的绝地反攻: 和成卫浴厨改修计划

9.以资料库行销开垦绿大地

10.美强生妈妈速体健因龙年而出生

11.大轮胎压出别人未走的路

12.莱思康误判趋势而痛失王座

第三篇 个案奇想与论述

13.谁能在咖啡市场里和伯朗巨人玩?

14.弄巧成拙的台湾彩色电视机市场

15.中时报系与联合报系要往哪儿去?

16.自立晚报与自立早报兄弟阋墙

17.逆思考也能有大空间

18.东元双胞胎所图为何?

19.强生婴儿洗发精为何走回头路?

20.好男人是中小型车广告的最爱

21.房地产也迈入资料库行销?

22.联强以通路取得个人电脑实贩第一

23.有线电视如何杀出重围?

总结: 行销实战心法90条

· · · · · (收起)

[哈姆雷特的行销疑问--可供借鉴的广告行销实例](#) [下载链接1](#)

标签

营销

广告

评论

[哈姆雷特的行销疑问--可供借鉴的广告行销实例 下载链接1](#)

书评

[哈姆雷特的行销疑问--可供借鉴的广告行销实例 下载链接1](#)