

# 零度思考



[零度思考\\_下载链接1](#)

著者:(日)服部清

出版者:中央编译出版社

出版时间:2004-05

装帧:平装

isbn:9787801098740

本书介绍的是我从生意人、制造者的实践中总结出的培育品牌手法，揭示出几种主要的胜负手法，作为前言逐步展开。

首先，现今的市场营销大多出于追求眼前利益和市场份额的短期考虑。在此提醒各公司最好能聪明一些，尽早休战。过分地考虑圈内的事情，不仅会造成资金和精力的极大浪费，同时也会加大公司负担。我想强调的是，利用品牌本身的实力，堂堂正正取胜才是正道。

其次，对本公司的商品要有清醒的认识，这是一道难题。虽然从市场中撤退，这在企业的战略里很难想象，但从策划的角度来说却是重要的经营判断。应该认真探索一下，品牌商品能够满足所有顾客的需求吗？眷恋旧品牌的情结，会经常束缚企业的手

脚。因此预设此课题以供读者思考。

另外，策划还没有受到足够的重视。所说的体现企业和商品的“个性”“、相似度”、“氛围”的品牌，实际只是长期形成的印象。我想对由此产生的“外延与内涵”这种市场营销学术语，阐述一下自己的认识。

同样，在创建品牌方面，广告表现是从视觉印象吸引顾客的主要手段。其中，如何开发“有效广告”？以什么样的理念去选择、决定广告？能否真正起到关乎广告生命的“信息速递”作用？本书将以自身体验，针对这些深深困扰企业的难题，提出广告策划的评判标准。

作者介绍:

服部清，日本著名的品牌策划专家、广告制作人、评论家。1936年生于茨城县，早稻田大学毕业，原味之素公司广告部专任部长。

进入味之素公司后，作为广告撰稿人、艺术指导、制片厂，从事广告制作、媒体计划、促销宣传等，1958年，与三得利的井高健等人共同设立“广告稿十日会”，确立了广告稿件制作者的地位。

广告作品3000余件。曾获电通奖、朝日广告奖、每日广告设计奖、ACC大奖等多项广告奖。1983年音乐剧《猫》，1987年宫本亚门主演的《I Got Merman》制片人

目录:

[零度思考\\_下载链接1](#)

标签

营销

品牌

策划

经典

好书

思维习惯，逻辑能力

评论

翻译自N年前的书，看过方发现很多所谓创新在以前就有了。于是决定再次开拓视野。  
这本书的名字不够醒目，副标题拿上来就更多人读了。

-----  
有一点点啰嗦

-----  
[零度思考\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[零度思考\\_下载链接1](#)