

打开广告的魔术箱



[打开广告的魔术箱_下载链接1](#)

著者:吴冬梅

出版者:经济科学出版社

出版时间:1999-03

装帧:平装

isbn:9787505816572

作者介绍:

目录: 目录

前言

广告创意策略魔术箱

道具一 找自己的位置

1心事谁来听

2扮演什么角色

3在价格上做文章

4三十六计走为上计

5视机而动，重新定位

道具二 只说一点不及其余

1only one法则

2不相信完美的消费者

道具三 独树一帜

1特点鲜明的新产品

2个性的魅力

3先说为胜

4无中生有要不得

道具四 让我们来帮助你

1你的烦恼我知道

2你知道自己需要什么吗

3倍加体贴，创造需求

道具五 感性路线

1割不断的亲情

2爱情有时是看得见的

3遥远的回忆

4出卖烤牛排的“滋滋”声

道具六 以理服人

1当新产品上市的时候

2给承诺提供一个支点

3消除错误印象

4面对贵重商品

5给你作个参谋

6讲道理但并不枯燥

道具七 以诚取信

1我很丑，但我

2犯错之后

3实话实说

道具八 打文化牌

1入乡随俗的本土文化

2源远流长的民族文化

3长城永不倒，国货当自强

4引起共鸣的主题广告

道具九 轰轰烈烈造新闻

1可以成为新闻的事件

2造新闻与有偿新闻

3出名就是好事吗

广告创意方法魔术箱

道具一 体验与感受

1解读客观事物的语言

2品味独特之感

3积累生活经验，厚积薄发

道具二 联想——流动的思维

1找出相似之点

2由此及彼开拓思路

3在对比中显示特点

道具三 想象的世界

1还世界以本来面貌

2.组台出的新形象

3夸张变形

4走进神奇的世界

道具四 打破常规的思维定式

1空白表现

2素面朝天的黑白画面

3出现在特殊位置上的广告

4不出现产品的广告

5众说纷纭的令人生厌的广告

道具五 反其道而行的逆向思维

1优点当成缺点说

2张扬短处

3从反画挖掘出的优势

道具六 在艰苦努力中寻找灵感

1为巧妇找米

2细细咀嚼

3给灵感预留空间

道具七 博采众长的集体创意

1在脑力激荡中拓展思路

2进一步挖掘的脑力传真

3利用纸牌创意

广告创意表现魔术箱

道具一 巧用暗示

1言外之意

2画外之音

3实现梦中理想

4创造一个幻想的世界

5诉说女人的秘密

6谨防节外生枝

道具二 幽默是广告中的调味剂

1笑着买东西与笑着卖东西

2出人意料的结果

3好产品有时也让人乐极生悲

4自我解嘲

道具三 设置悬念

1且听下回分解

2戴黑眼罩的先生和长白胡子的美女

3创造一个让人了解的契机

4你想到哪儿去了

5网络广告更需要悬念

道具四 讲一个故事给你听

1寻常故事也动人

2真实故事现身说法

3浪漫故事感人至深

4童话故事生动有趣

5传奇故事神奇莫测

道具五 谁来当广告模特

1可以和名人用一样的东西

2名人都有头皮屑吗

3为什么不让瓦尔德内尔作广告模特

4名人与产品谁是主角

5专业人士的权威性

6请出邻家二叔

7卡通模特的魅力

8儿童做广告两忌

道具六 “借” 的艺术

1穿泰勒的黑风衣——借名人

2一本与总统有关的书——借总统

3借名人借出来的麻烦

4咸亨酒店和万山大叔——借文艺作品

5把广告打进新闻里——借新闻

6喝咖啡的时候别忘了加糖——借关联产品

7大树底下好乘凉——借名声显赫之物

8站在别人的肩膀上——借竞争对手

道具七 找个对手较量

1以小搏大

2利用对手的比较反攻

3同室操戈

4小心犯规
道具八 恐惧广告
1把美好的东西打碎
2良药苦口利于病
3吓人的“四不像”
道具九 量体裁衣作广告
1大造声势的导入期
2步步为营的成长期
3攻守兼顾的成熟期
4大势已去的衰退期
结束篇
结束篇 叶茂还须根深
· · · · · (收起)

[打开广告的魔术箱_下载链接1](#)

标签

评论

[打开广告的魔术箱_下载链接1](#)

书评

[打开广告的魔术箱_下载链接1](#)