

# 奥格威的广告自白



[奥格威的广告自白\\_下载链接1](#)

著者:赵发进

出版者:中国铁道出版社

出版时间:2013-7

装帧:

isbn:9787113106904

《奥格威的广告自白》内容简介：大卫·奥格威是现代广告业的大师级传奇人物，被称为“现代广告最具创造力的推动者”。他启蒙了对消费者研究的运用，在把广告业的经营和专业化推向顶峰的同时创造出一种崭新的广告文化。世易时移，他对广告的原则性意见在今天的市场中仍起作用。

《奥格威的广告自白》以简洁的语言、生动的图解，为您进一步解读奥格威个人成功的奥秘和其独到的、前瞻性的管理原则，以期更多的企业人士能从中得到消费者研究、广告创意、市场销售、品牌推广等方面的启示。

作者介绍:

赵发进，三眼国际创意文化传播机构签约专家，高级职业经理人。从事快速消费品行业多年，具备丰富的营销和销售管理经验；由业务员一步一步做到高层职业经理人，经历过销售团队的组建，经销商团队的开发与管理、广告策划和营销推广等工作；对市场营销、广告策划、销售管理、团队建设有和员工职业发展有着自己独到的研究和探索，是国内不可多得的实战派专家。现任职于青岛啤酒集团公司。

目录: 序前言第1章 广告公司的经营问题 跟厨师学习如何做领导 如何分配任务 发掘具有伟大创造力的人才 有创造力的天才在哪里 争夺客户的秘诀 和客户建立联系 科学开发客户的方式 怎样减少客户流失 站在客户的角度思考问题 怎样做提案第2章 广告的创作规律 新员工必须知道的理念 注重广告的内容 用事实写广告 赚品牌和形象的钱 广告要出彩，品牌个性要出来 标题是平面广告中最重要的部分 正文是广告的中心思想 广告不像文学 插图的作用比文字大得多 针对不同的受众设计不同的广告 怎样做好路牌广告 让广告吸引消费者的眼球 杜绝做不好的广告 在文案中借用消费者的经验第3章 广告的制作要点 电视广告的制作 盖洛普博士的建议 制作优良的食品广告 优秀的国际旅游地广告 大卫·奥格威所做的旅游地广告 专利药品广告 从第一个镜头就开始推销第4章 基本的忠告 要有大志，但不能咄咄逼人 客户主管的道路 时刻补充知识，成为专家 广告是有价值的 广告对产品价格的影响 广告和编辑的关系 广告不等于谎言 将广告用于公益事业 广告和产品质量的关系第5章 广告公司与客户的关系 广告公司要克服恐惧 选准你的广告公司 企业客户应该怎么做 坦诚让效率变得更高 让直觉指引你寻找客户 挑选客户的标准 巩固与客户的关系 主动拿出广告方案附录 附录1：大卫·奥格威的故事 附录2：大卫·奥格威名言录  
· · · · · · [\(收起\)](#)

[奥格威的广告自白\\_下载链接1](#)

标签

广告

营销

评论

哈哈哈哈哈可真特么糙啊。

-----  
其实是一本不错的小书~

-----  
内容很精练 但是也过于简单 甚至算是粗糙… 我在等更多的案例呢。  
“的地得” 不分的错误还挺明显的。

-----  
都是一些比较简单可行的例子。从广告公司的经营、任务分配到如何与开发客户，创造自己的品牌，广告公司与客户之间的亲密联系的建立等等。算是初级和基础的了解广告公司运作的整个流程的一个好的基础书籍。

-----  
图文结合比较容易看

-----  
产品质量是广告的基础,说明事实,做出承诺.不要浪费时间,做自己擅长领域的专家

-----  
被骗来看的…………

-----  
[奥格威的广告自白\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[奥格威的广告自白\\_下载链接1](#)