

产品卖点的秘密武器



[产品卖点的秘密武器_下载链接1](#)

著者:[美]史蒂夫·科恩

出版者:东方出版社

出版时间:2010年1月

装帧:

isbn:9787506037457

作为营销行业的专家，作者长期就职于世界知名公司，如花旗集团、苹果等，在品牌管理和产品营销方面积累了难得而又宝贵的实践经验，并在本书中将其转化成颇具价值、经得住市场考验的营销金点子。

在本书中，作者列举了近百个珍贵的案例，以一针见血的锐利笔触，直接明了却又机智

诙谐的风格，讨论了营销、创立品牌以及广告各个方面。作者将自己的经验娓娓道来，就像一个与你促膝长谈的老朋友，让你在轻松快乐中，享用了一顿市场营销知识的饕餮大餐。对于生意场上的人士，无论你是身处于小企业还是大公司，这些知识无疑都是大有裨益的。

阅读本书，并掌握其观点的精髓，你一定也可以像作者一样成为令人瞩目的营销明星！

作者介绍:

[美]史蒂夫·科恩，花旗集团全球财富管理总经理兼广告与品牌管理总监。他与其他五名高级管理人员一道负责花旗集团在全球100多个国家和地区中的品牌管理，为2000多万名顾客提供优质服务。在过去30多年的职业生涯中，史蒂夫·科恩大部分时间从事金融服务业。作为一个真正摆脱框架思维的高手，科恩擅长以创造性的方式来解决营销难题。他在创新营销管理方面取得的成果蜚声业界，并曾服务于凯伊集团、美国运通、苹果和富达等公司。

目录: 第一章 每一个成功营销案例背后的三要素	1
《花花公子》杂志的早期	3
《滚石》杂志	3
泛美“世界通行证”——如何从最后一名跃居第一名的故事	4
其他的航空公司让消费者兴奋的案例	6
关于吉伯的一个案例	6
离家的时候不要忘记带上它	7
简单而极尽效果的广告	7
卫普先生的独特形象	8
在金融服务业中进行独特的广告营销	8
什么是广告	9
第二章	
简单说：什么是品牌？怎样使这个品牌成功？你怎样经营它	11
吸引人的独特营销方案	13
强烈的视觉品牌印象	14
创新和可信赖的产品	14
可记忆和综合的广告	15
第三章 如何制定一个独特的营销方案	17
独特的营销方案的典型	17
我最喜欢的三个独特的营销方案	20
独特的营销方案的一些主要特点	22
第四章 借助产品形象代言人	25
如何选择合适的代言人	26
去好莱坞	28
电视解说的效果	28
公司吉祥人物的魅力	29
动画人物的作用	29
动物形象代言人的流行	30
残疾人形象的独特之处	31
如果公司代言人做了坏事怎么办	32
第五章	
你的广告必须清楚、明了	33
关于易读性的四条建议	34
优秀的、低劣的和糟糕的广告各有什么特征	34
颜色	51
第六章	
让你的宣传手册更有针对性	53
如何有效提升宣传手册的阅读量	53
畅销杂志	55
为什么《认知》杂志总是最畅销的杂志	55
第七章 让你的广告词经久、难忘	57
怎样使广告词具有特色	57
跨国公司应该在世界范围内使用同一个广告词吗	59
第八章	
想要世界化，行动要本地化	61
问答形式	62
第九章	
充分利用各种资源战胜对手、赢得消费者	63
敌人	67
第十章	
位置，位置，位置：从你的广告花费中获取最多利润	69
平面媒体的最佳广告版面	70
在电视和广播中投放广告的技巧	72
全球媒体规划和广告投放	73
第十一章 决不因循守旧	75
如何将宣传信写得有新意	75
多像阿玛尼那样思考，少像盖普那样思考	77
是／否	78
第十二章 赢得顾客的三堂必修课	81
第一堂课：顾客喜欢延续他们业已习惯的思路	81
第二堂课：与新顾客建立良好关系的关键期是他购物后的 第一周	82
第三堂课：抛弃那些无聊的数字统计和人群调查	84
与你忠实顾客间关系要保持热度	85
格斯里剧院的教训	86
第十三章	
有效建立顾客诚信度的艺术	89
赢得顾客诚信度的精典案例	89
非营利性行业的诚信	94
第十四章 注意，我们都在一天天变老	97
代沟——真实的和虚构的	97
根据不同性别采取不同的营销策略	100
第十五章	
好点子从何而来	103
第十六章 网络：狂热与希望	107
第十七章	
公共关系与赞助的力量	111
如何正确运用公共关系	111
赞助的作用	114
第十八章	

政治竞选与营销／117 合乎时宜的市场营销／119 电视的超强作用／120第十九章
聚光灯下／123 在公众面前发言的技巧／123 面试技巧／126第二十章 孔子与明星／129
远离日常琐事的困扰／130第二十一章 怎样充分利用广告代理公司／133
与广告代理公司交流的要点／133 对广告文词撰写人员的话／135第二十二章
你需要偷走的十个秘诀／137第二十三章 成就所能成就的一切／141
· · · · · · ([收起](#))

[产品卖点的秘密武器_下载链接1_](#)

标签

营销

管理

评论

还可以

读这个是为了写市场营销的读书笔记。这本书还蛮生动的。

为了经济学导论的作业才看的。
最受用的一句话是，时刻准备好笔和纸，一有好想法就马上记下，因为它们只是瞬间出现的（跟这本书好像没多大关系呢）。
深有体会呐。我以前是一个很有想法和想象力的人，后来对现实了解多了点，就渐渐丧失了这种珍贵的超能力。嚶嚶。

[产品卖点的秘密武器_下载链接1_](#)

书评

营销活动必备三要素： 1.令人兴奋 2.新鲜、有创意 3.一个能使消费者行动的口号
广告的基本目的 1.激励你的员工 2.常常提醒现有客户 3.做一些新的提示信息
4.从竞争对手中招募一些优秀人才 5.获得更大知名度 6.建立品牌
需要人们消化的越少，人们就更容易记住他们看到或听到的...

[产品卖点的秘密武器_下载链接1](#)