

<<实战广告案例·活动>>

图书基本信息

书名：<<实战广告案例·活动>>

13位ISBN编号：9787300061757

10位ISBN编号：7300061753

出版时间：2005-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：穆虹等编

页数：386

字数：730000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<实战广告案例·活动>>

内容概要

如何实现品牌和销售的爆破？

——活动！

任何一次成功的活动策划都是一次销售和品牌的爆破。

近年来，以各种各样的活动来提升知名度和品牌影响力，达到直接或间接创收的目的，在广告行业大行其道，一些经典案例有口皆碑。

但是，到目前为止，将这些案例收集整理并编排成册的还仅此一册。

可以说，这74篇案例几乎囊括了所有的活动营销模式，其中不乏令人叹为观止的大策划，如城市营销类中的《构建城市节庆品牌——中国惠州国际数码节》是以“城市整体观”的策划思想，深挖城市品牌核心，做深度营销；《引爆深视新力量——深圳电视台2003夏交会》将扁平的房交会中加入楼盘评选，优秀职业经理人评选，无底价拍卖，社区文化艺术节表演，车房联展等活动，是少有的精品房交会，在参观人次，成交额，意向成交额等方面都取得了可观的成效；《名城推荐——第五届中国住交会“天津日”城市营销》把以往的“名人、名企、名盘”概念扩大到“名城”，对被推荐城市而言，是一种难得的机遇和荣耀。

大策划、大创意是人人想往的，但如果能以小预算，做到大影响，使10万看起来像100万也是不同凡响的。

《清华紫光笔记本玻璃屋网络生活活动》用一场真人秀吸引了几乎北京所有媒体的追踪报道，这种传播效果并不是简单地用广告费所能达到的。

经典的案例实在太多，不能一一列举，只能请读者到书中攫取。

<<实战广告案例·活动>>

书籍目录

城市营销类 打造后花园城市“名片” ——重庆市第二届花博会策划案 构建中心城市 重塑帅乡 ——
——开县借力造势系统主题活动 与雪山共舞 ——丽江雪册音乐节 万众狂欢嘉年华 ——天一广场周
年庆 打造中国锦橙第一县 ——重庆开县首届锦橙文化节 构建城市节庆品牌 ——中国惠州国际数
码节 尧都：唱响根祖文化品牌 ——中国·尧都区域旅游经济启动系列活动会议营销类 多元个性的
会议营销 ——安徽经视的会议营销策略 新联合 新势力 ——2003全国省会电视台传媒广告招商会
“辽宁网通”的芭蕾情结 ——2003“e网通之春”大型芭蕾舞晚会 《参考消息》品牌经营 ——中国
企业“走出去”战略论坛 用感受探测时间的流逝 ——Swatch表2003新品华南媒体发表会 感动深圳
——《深圳晚报》创刊10周年原创原唱歌曲演唱会 品位·科技 ——TCL电脑虚拟产品发布会 真情互
动 国人情怀会展营销类 名城推荐 ——第五届中国住交会“天津日”城市营销节日营销类活动
推广类 评选类 事件营销类 专刊、专版类

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>