第一图书网, tushu007.com

# <<特立独行>>

## 图书基本信息

书名：<<特立独行>>

13位ISBN编号：9787501776139

10位ISBN编号：750177613X

出版时间：2006-12

出版时间：中国经济

作者：张宪平

页数：261

字数：240000

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

第一图书网, tushu007.com



## 内容概要

2005年中国“十大策划风云人物”，张宪平如是说：产品、品牌，有钱以外的问题请想起我……
绝不坐而论道，绝不拼凑概念，绝不似曾相识。

一个普通的西服品牌，为什么一夜这间让顾客“指名购买”？

一场传统的“电脑下街”，为什么持续数月受到企业拼命追捧？

本书见证一个策划师10余年的从业体验，见证“特立独行”所引发的头脑风暴。

坦诚、真实、可读、有用，非从业者可以感动于一种“特立独行”的创意人生，业界同行可以感悟于“特立独行”的策划智慧与力量。

## 作者简介

张宪平，1954年生人。
1971年下放湖北羊楼洞茶场，1975年招进曹正兴刀厂，1980年开始写作，读书，一写上瘾，一读不可收拾，1985年经商，1990年下海。
先后做过十多个行业，最终落脚策划，并死心塌地。
1994年做自由策划人，1997年创办武汉一诺营销策划有限公司任董事长至今。
十

## 书籍目录

序一序二序三代自序第一部分 个案解密　自售篇：策划别人前，先策划自己　　我的自画像　　婚介所里的故事　　三大纪律八项注意　　天上出了个绿太阳　出道篇：顾客“指名购买”劲士西服案　“苛刻”雇主“刁难”策划人　　四大名旦和五虎上将　　寻找“独特的销售主张”　　我发现西服特殊的消费属性　　给“指名购买”一个响亮的理由　　临阵受命　　不能执行的策划是笑话　出售消费过程　成名篇：创造一个敢与强势媒体较劲的新媒体　　电影与电视争夺观众是否可能　不花钱，不走路，坐在家门口看电影　　创造一个崭新的媒体卖给企业　　百场电影送社区　　轰动效应的首映式　　买单的企业买了又买　　中百超市用“警匪片”揽客　　著名品牌企业纷纷看好新媒体　邀请篇：金龙泉“比武招商”案　　风马牛与隔靴搔痒　　古擂台上竞饮　　两个万万没有想到　　邀请　幕僚篇：外滩花园楼盘案　　士为知己者用　　打死我都不信　　不卖房子卖长江　三个月亮　　中秋之夜游园会　　找错找出了高品质　顾问篇：喜玛拉雅数码相机展示传播案　　顾问从比案开始　客串篇：“金太阳”比选促销案　　受雇当“外援”　　让“金太阳”升起来　　眉飞色舞地讲案　　效果才是硬道理　预言篇：雅庭装饰决策进军武汉案　　一鸣惊人　　一个陌生的电话　　武汉家装市场调研　　深圳家装市场调研　　引“狼”入室　　愿把脑袋砍下来当球踢　构建高水准平台　　雅庭进军武汉创造多个“第一”　　再打一张“情”字牌　　正确的战略使雅庭成功　流产篇：科技展览打包解放公园案　　张大旗给我和科技馆“做媒”　　荆州考察，面授机宜　　签约前的考核　　调查是策划之母　　四场深度访谈会　　打包解放公园　　巧借“蓝猫”　整合展览，丰富内容　　有奖征文方案出台　　整合电动游戏，打造展览套餐　　整合营销策划　遭遇“非典”　争议篇：精彩迭出的大洋彼岸楼盘案　　水景这边独好　　将认真进行到底　　绝不能花钱给别人贴金　　水水水，谁比我水？　　大洋彼岸没有忘记　　天上不掉房子，水中可钓房子　　险遭枪毙的婚礼开盘案　　化普通为神奇第二部分：我的策划观　策划人的看家本领　策划人与卖衣人　思想是策划人的立身之本　职业策划人与打工策划人　关于起价、均价和封顶价　前半夜想别人，后半夜想自己　十九层地狱是为平庸的策划人准备的　书里只有掌握方法的方法　世界是策划的世界　保证策划效果是相对的　怎样寻找好的策划人？　我视为天敌的五个字　眼光　企业理念的妙用　变高深理论为简单招式　最复杂的事情，往往最简单　最适合的策划就是最好的策划　“巧妇”能为无米之炊第三部分：访谈录第四部分：文案选登　金龙泉啤酒一九九九年度武汉地区首届擂台赛暨营销网络组建企划书　喜玛拉雅数码相机营销传播方案　G项目的建议与构想——“中国文化园”附记 媒体专访报道　张宪平：中国策划界的“李云龙”　擦鞋500元后记

第一图书网, tushu007.com



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