

<<服装广告>>

图书基本信息

书名：<<服装广告>>

13位ISBN编号：9787506437608

10位ISBN编号：7506437600

出版时间：2006-4

出版时间：中国纺织

作者：徐斌

页数：179

字数：124000

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>

<<服装广告>>

内容概要

服装广告是传播企业文化的号角，是扩大服装企业知名度、提升服装产品美誉度、创造顾客忠诚度的高效利器。

现代服装广告已告别了仅以宣传产品为目的的年代，成为代表服装品牌文化和价值趋向的符号。

如何能让有限的资金实现预期的广告效应，是困扰许多服装产业管理者的问题。

本书立足于服装行业，通过大量成功、经典的服装广告案例，深入浅出地探讨了服装企业应如何制定广告策划方案，如何开展广告调研，如何进行创意与表现以及如何选择与整合传播媒体的广告运作策略。

成功的服装广告依靠的是科学的广告策略，能为品牌创造无限的价值。

对于服装企业与服装广告的从业者而言，本书是一本具有实际指导意义与参考价值的实用书。

<<服装广告>>

作者简介

<<服装广告>>

书籍目录

第一章 服装广告概述 第一节 早期服装广告 一、“叫卖式”广告 二、“生活方式”型广告初露头角 三、广告创意时代的来临 第二节 现代服装广告的特点与作用 一、文化特性显著的特点 二、现代服装广告的作用 第三节 优秀服装广告的评判标准 一、实现预期广告目标 二、拥有独特的创意与表现 三、蕴含深刻寓意 第二章 服装广告调研 第一节 服装广告调研的目的与重点 一、服装广告调研的内容与目的 二、服装广告调研的重点 第二节 服装广告调研流程 一、服装广告调研三部曲 二、服装广告调研方案设计 三、服装广告调研问卷设计 四、服装广告调研抽样设计 第三节 服装广告的调研方法和技巧 一、广告信息分类 二、定性调查 三、定量调查 第三章 服装广告的定位与策划 第一节 服装广告定位 一、服装广告定位概述 二、影响服装广告定位策略的关键因素 三、服装广告定位策略 第二节 服装广告策划 一、服装广告策划的定义 二、服装广告策划书的撰写 第四章 服装广告创意与表现 第一节 服装广告创意 一、广告创意解读 二、服装广告创意原则 第二节 服装广告的表现手法 一、与大自然的完美组合 二、刻画细节 三、表现产品原生态 四、性感——永恒的话题 五、运用人体线条 六、突出文化特质 七、诙谐幽默的魔力 八、荒诞离奇的表现 九、调动味觉与嗅觉 十、夸张手法 十一、利用权威 十二、形式展现内涵 十三、结果描述 十四、美丑互动 第三节 解读形象代言 一、形象代言者现状分析 二、形象代言分类 三、形象代言运用原则 第五章 服装广告的媒体策划 第一节 传统广告媒体的运用 一、报纸媒体 二、杂志媒体 三、电视媒体 四、广播媒体 第二节 新型传播渠道的运用 一、网络广告 二、售点广告 三、户外广告 四、交通广告 五、展览广告 六、DH广告 七、实物广告 八、赠品广告 九、短信广告 第三节 媒体整合效应 一、媒体选择 二、媒体组合 三、媒体费用预算 第六章 优秀服装广告解读 案例1：梦幻携手，唯美组合——妮可·基德曼与ChanelNO5 案例2：亦真亦幻的演绎——Louis Vuitton 案例3：体验式广告的魔力——Levi's人体工程学牛仔裤 案例4：挑战传统视觉——Dior广告 案例5：耐克——定律是用来被打破的！ 案例6：新旧观念一网打尽——Swatch Skin表广告 案例7：我有我的一套——熊倪服装 案例8：借体育造势——利郎男装广告 案例9：意境如梦——华歌尔的兰薇儿睡衣广告 附录一 世界广告大师李奥·贝纳的12条创意圣经 附录二 经典服装广告语集锦 附录三 CSS服装品牌广告策划书参考文献

<<服装广告>>

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>