

<<让创意更有黏性>>

图书基本信息

## <<让创意更有黏性>>

### 前言

什么是创意黏性? 我们有个朋友的朋友是个经常旅行的商人。我们不妨叫他戴夫(Dave)。最近, 戴夫在大西洋城参加了一个重要的顾客见面会。会后, 离航班起飞还有一些时间, 于是他去了当地的一个酒吧喝了点酒。刚喝完一杯, 一个很有魅力的女人就走了过来, 问她是否能为他再买一杯。对此, 他很奇怪但又有一丝受宠若惊。他说, 当然可以。那个女人走到吧台边, 又拿过来两杯酒——一杯给戴夫, 一杯留给她自己。他说了声谢谢, 然后喝了一小口。这就是他能记得的最后一件事情。确切地说, 这是当他醒来之后所能回想起的最后一件事情,

## <<让创意更有黏性>>

### 内容概要

这个以色列研究组为广告所做的工作，就是这本书试图为你的创意所做的。我们会给你一些建议，使你的创意更具创造性，对听众更有影响力。

我们列出的6条原则的清单就是为了这个目的。

一种模板或是一个清单的作用显然是有限的，但我们并不是说比起单一朴实的方法，多样化方法就会创造出更多具有创造性的作品。

是的，事实上，如果你想把你的观点传播给他人，你应该按照已经多次让其他观点成功的规则来运作，你想创造的是新观点，而不是新规则。

这本书不能提供一个十拿九稳的方法。

我们要事先承认：我们无法告诉你能够让只有12岁

## <<让创意更有黏性>>

### 作者简介

奇普·希思现任斯坦福大学商学院组织行为学教授。  
现居于加州洛斯加托斯。

丹·希思 杜克企业教育学院咨询师，前哈佛商学院研究员，Thinkwell新媒体教育公司创办人之一。  
现居于北加利福尼亚罗利市。

## <<让创意更有黏性>>

### 书籍目录

前言 什么是创意黏性？

第一章 简约第二章 意外第三章 具体第四章 可信第五章 情感第六章 故事尾声

## <<让创意更有黏性>>

### 编辑推荐

亚马逊网站畅销书 《华尔街日报》、《华盛顿邮报》热评推荐 没有权，没有名，没有宣传公司，没有广告经费，没有炒作专家，你照样可以让自己的想法一鸣惊人、千古流传！

马克·吐温曾经说过，“真理的靴子尚未穿上，谎言就跑遍了世界。”这句话很有道理：都市传说、阴谋理论和公共健康的虚假恐慌往往能够毫不费力地传播开来。正因如此，商人、老师、政治家、记者和其他有重要创意的人才需要更努力使自己的创意“黏”在人们的脑中。

为什么有些创意能成功，有些却不能？  
在本书中，奇普·希思和丹·希思

<<让创意更有黏性>>

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>