第一图书网, tushu007.com

<<奥美的观点6>>

图书基本信息

书名：<<奥美的观点6>>

13位ISBN编号：9787508620374

10位ISBN编号：7508620372

出版时间：2010-8

出版时间：中信出版社

作者：奥美公司

页数：324

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

<<奥美的观点6>>

内容概要

知识的分享与传承一直是奥美整合营销传播集团引以为傲的企业文化，先前出版的奥美系列丛书成功地将奥美长久积淀与创新探索而得的思考模式与运作方法与读者分享，并获得极大回响。

全新推出的《奥美的观点6》汇集了来自奥美公司全球同仁的精彩文章，涵盖品牌、经营、客户服务、公关、创意等诸多关键议题，更专门提到如日中天的网络和行动营销，使读者得以分享奥美独有的专业工具的原则和运用.以及成功案例；洞悉奥美如何应对环境的变幻，以保持领先地位；领略在时空变迁中保持恒久魅力的奥美文化。

第一图书网, tushu007.com

<<奥美的观点6>>

作者简介

奥美是WPP集团麾下成员。
作为全球最大的传播集团之一，WPP集团在世界范围内为本土，跨国及全球签约客户提供全方位传播服务。
奥美与众多全球知名品牌并肩作战，创造了无数市场奇迹，它们包括：美国运通（Ame rican Exp ress）、福特（Ford）、壳牌（Shell）、芭比（Barbie），旁氏（Ponds）、多芬（Dove）、麦斯威尔（MaxwellHouse）、IBM、柯达、摩托罗拉（Motorola）奥美自1986年率先进入中国大陆以来，始终以成为中国最大的国际整合传播集团为愿景，专注于品牌服

第一图书网, tushu007.com

<<奥美的观点6>>

书籍目录

品牌不要永远只看光明面永远保鲜的老果菜汁定位文化品牌，推广文化活动品牌促进文化交流，超越一切疆界瞄准文化张力从“无印良品”的起落中学习广告公司经营与客户服务当代理商遇到一个好客户谢谢你，最佳广告主宋秩铭在大中华区创意总监大会上的讲话人人都是事业提速专家！
伙伴关系是否走到尽头了？
以不变应万变服务宝马十二年瞄准双峰，实现双赢患难与共，爱心不碎市场研究与消费者洞察爱上自己的魅力真实的中国消费者常识的重要性错过的机会？
崭露头角的中国手机广告市场虚拟世界从“戏院模式”

第一图书网, tushu007.com

<<奥美的观点6>>

章节摘录

指标性品牌的突围战十年后，依然是台中沙鹿镇，天气仍然晴朗。
这一路陪着奥美和多喝水一起长大的客户，和我们坐在会议室里，苦思多喝水的下一步。
多喝水经过十年的品牌经营，市场状况已经改变。
而十年前的年轻人，现在已是成家立业的上班族。
面对新一代的青少年，我们似乎有新的难题。
随着时间的演进，多喝水不再独领风骚。
全球健康休闲消费趋势的兴起，多喝水受到众多本土及国外品牌的威胁，并被各式健康无糖茶饮料、功能饮料分食市场，开始面临前所未有的激烈竞争。
消费者在货架上的选择越来越多。
水，不再是唯一的选择，而多喝水在众多的包装

第一图书网, tushu007.com

<<奥美的观点6>>

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