

<<互通之道>>

图书基本信息

书名：<<互通之道>>

13位ISBN编号：9787513602709

10位ISBN编号：7513602700

出版时间：2011-1

出版时间：中国经济

作者：邓超明

页数：257

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>

<<互通之道>>

内容概要

邓超明的这本《互通之道：中国4A广告经典案例》是中国4A广告公司互通国际广告成立10多年以来的经典案例选编，互通国际立足于对中国消费市场独特性的深入洞察，既能汲取国际广告咨询业的理性思维方式，又能通过民族化的方式进行演绎与表现，成就了一个又一个中国品牌。18个经典案例很好地体现了互通国际“成人达己，互通互利”的经营理念，记录了互通国际10多年来的发展历程，也是中国广告业飞速发展的10年的缩影。这些案例涉及餐饮、旅游、服装、家电、汽车、通讯、银行、教育等多个行业，客户类型涵盖政府机构、世界500强、国有企业、私营企业等各个领域，《互通之道：中国4A广告经典案例》对广告从业者和广告学专业研究者以及广告主具有较好的参考价值和借鉴意义。

作者简介

邓超明，互通国际传媒集团董事长、第十屆中华全国青年联合会委员、2010级武汉大学广告学博士、2010年长江商学院EMBA第十七期国际广告协会中国分会副会长、中国4A广告专业委员会副理事长、中国广告十大年度人物、互通国际（武汉）传媒学院院长、山东大学硕士生导师。

“INT品牌赢家”理论创始人和培训导师，以深刻契合中国市场的品牌赢家之道，在品牌战略、定位和快速提升市场销售上为中国银行、中国工商银行、北京农村商业银行、国美电器、安利、七匹狼、法派等众多著名品牌提供了有力指导和重要支持，并成为上述多家企业的终生品牌顾问。

邓超明董事长曾经服务过的客户涵盖金融、IT、汽车、服装、快速消费品、电器等领域的三百多家知名企业，多次代表中国广告代表团参加世界广告代表大会，并访问美国、英国、法国、日本等三十多个发达国家的优秀广告公司，屡次被评为“中国十大广告经理人”、“中国杰出广告人”称号，其领导的互通国际广告被评为“中国广告行业最具影响力的十大知名企业”、“中国最受媒体关注的广告公司”。

<<互通之道>>

书籍目录

序言一 成人达己互通互利序言二 营销就是互通智慧一 蒙式小肥羊增肥秘方三 李子园阳光弥漫三 运动性饮料康比特“小众走向大众”四 大东湖品牌再造之旅五 统一润滑油品牌的提炼方法六 爱帝内衣，舒服无处不在七 南极人如何抵御市场寒潮八 老品牌刷新中的对峙和转移九 华泰现代特拉卡SUV强劲风暴十 辽宁手机报，强攻新媒体市场十一 华夏银行，跨媒体营销十二 七匹狼，世界杯抢位投放十三 天津东疆保税港区CIS系统实施纪实十四 中国银行，三分钟刷新百年品牌十五 凤祥牛奶，健康顶起来十六 凤凰乡村游，体验新农村——北京村商业银行银行卡推广主题活动十七 好创意自己会说话十八 梅舞东湖香誉九州——2010年武汉东湖梅花节策划纪实九后记媒体访谈选1．邓超明：“品牌管家”野心勃勃，2．邓超明：让中国广告走向世界是我的心愿3．名人写名人：张翔写邓超明附录 互通观点选1．有内涵，自然出众2．谁才是后广告时代的品牌赢家？

<<互通之道>>

章节摘录

版权页：插图：来自竞争品牌采用的低价高媒体投放的营销策略，对整个服装市场形成了很大的消极性干扰。

面对品牌林立，传播干扰率高的发布环境，如何寻求传播覆盖更好、关注度与传播效率更高、传播投入更合理、更节约的媒体，是决定传播是否成功的关键。

所以，七匹狼不仅要维系品牌现有的优势，而且要提升品牌向更高层次发展，必须找到一个更适合的契机，那就是要在更高、更广、更深的传播涵盖面上进行品牌文化建设。

七匹狼服饰与世界杯足球赛传达着相同的观点，也找到了其奠定服饰霸主的契机。

为此，互通国际为七匹狼量身打造了世界杯总体广告投放方案。

在形形色色的国内品牌中，能与世界杯赛事结合起来进行品牌传播的虽然很多，但最为贴切吻合、给人们留下较深印象的，可能就是七匹狼的“与狼共舞”的服饰品牌了。

世界杯足球世界里的百折不挠、奋勇拼搏、积极挑战的男性风格，与商界白领百折不挠、勇往直前、精诚团结的精神文化品质有着相同之处，这也是七匹狼在中国男装界取得强势品牌地位的根本性原因。

良好而高效率的品牌发布必须具备如下几个条件：强大而无所不在的传播覆盖面；媒体属性符合传播目标定位、目标针对性强；收视率与收视关注度高；广告环境相对纯净、干扰率较低；发布时间最佳。

而符合其各项条件的，只有中央电视台。

<<互通之道>>

媒体关注与评论

十年磨一剑，亮剑敢为先！

——中国广告协会会长 李东生实务创新，经验传承，理论探索，智慧分享！

——中国广告协会秘书长 李国庆互通国际辉煌全球！

——北京大学新闻与传播学院副院长、博士生导师、教授 陈刚扎根策划，背靠媒体，面向国际，争创一流！

——麦肯·光明广告SGM workers总经理 莫康孙广告是智者之道，互通之道，此之谓也？

与众人分享智慧，乃智中之大智也，互通超明是也。

超明先生之互通之道，为企业营销提供了典型的中国案例、中国经验与中国智慧，号为“道”，实至而名归，——武汉大学新闻与传播学院广告系主任、博士生导师、教授 张全海明眼人都知道案例并不好写 案例不是写出来的，案例是做出来的，一个公司能够写案例，是一种专业深度和服务品质的标志。

互通十年，重要的不是服务了哪些客户，重要的是怎么形成专业工具和价值判断我相信这才是最要紧的，值得我们体味和借鉴！

——上海师范大学人文与传播学院副院长、博士生导师、教授 金定海

<<互通之道>>

编辑推荐

《互通之道:中国4A广告经典案例》：中国广告不能迷失方向 有方向的路称之为“道”

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>