第一图书网, tushu007.com

<<终端渗透>>

图书基本信息

书名：<<终端渗透>>

13位ISBN编号：9787806775578

10位ISBN编号：7806775579

出版时间：2003-10

出版时间：广东经济

作者：冯军,朱海松

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

内容概要

《终端渗透》从社区媒体出发，对社区营销、社区经济、社区文化进行了全面的论述。
在企业主们经常对另一半广告费用消失在哪里不知所踪时，关于社区媒体的运用，壹时代媒体资源公司总经理冯军提出了广告“精确制导”的媒体运用思想。
在社区生活正在成为现代人新型的生活方式时，冯军又提出了“社区经济圈”的全新概念，如果壹时代媒体资源公司把目标锁定在3－5年内成为中国最专业的社区服务运营商，我们就不难理解它的企业宗旨是“创造客户价值，推动社区文化”了，也不难理解“社区文化建设就是社区价值观的建设”这样的观点了。
壹时代媒体资源公司作为目前中国最专业的社区媒体运营商，在几年的实践中，创新大胆地提出了许多值得深入探讨的观点，在中国的市场环境当中，有时提出问题比解决问题更重要。

作者简介

壹时代传播机构创始人、董事长。
长期从事金融、地产、管理咨询、传媒等行业的工作，先后为诸多知名品牌及上市公司提供战略规则规划、广州、北京、上海等地经营“社区媒体”这一具有尝试发展潜力的新型媒体，并从具体实践经验中总结并提出：通过对社区媒体的运营，可以将商业客户的品牌文化和住宅小区的社区文化有效糅合，构筑一种全新的社区经济模式，从而为小区住户创造一个丛新的生活居住形态的新理念，引起业界及相关领域的广泛关注。
E-mail:fj@ad-etimes.com朱海松，知名广告人。
1991年赴学学习和工作，于美国工作生活四年后回国。
长期从事电视传媒广告、营销及出版等流行文化传播领域的工作，积累了丰富的实践经验，并以其敏锐的洞察力和宽广的视野，笄创作了多部广告营销专业畅销书，并提出了文本营销的全新理念，为本土广告和营销理论的整理和挖掘开创了一个新的途径。
主要作品：想象比知识重要系列丛书：《冷抽象——功能诉求的文案创意思维》《热抽象——五大宇宙定律及实用艺术的时空观》方法比知识重要系列：《国际4A广告公司基本操作流程》《麦肯的方法》《品牌快速成长十八法》《终端渗透——传播从社区开始》《终端拦截——传播从终端开始》真人不露相系列：《真知灼见——中国广告人基础培训教程》《真没想到——中国当代广告精英沉思录》
创立“冷抽象”工作室，通过出版图书的方式帮助企业和广告公司进行理论工具的整理挖掘工作。
E-mail: wintertime@21cn.com, 13503046418

书籍目录

序一 序二 一 终端为王的时代 1．社区时代悄悄来临 2．社区终端渗透营销 3．社区传播的意义 二 社区媒体的种类及特点 1．电梯广告媒体 （1）什么是电梯媒体 （2）电梯广告的特点 （3）电梯广告的优势 （4）电梯广告发布规格 （5）电梯广告调查 2．社区“资讯百宝箱” （1）什么是社区“资讯百宝箱” （2）社区“资讯百宝箱”的媒介特点 （3）社区“资讯百宝箱”的广告特点 （4）社区“资讯百宝箱”展架面板广告位 （5）社区“资讯百宝箱”广告规格标准 3．楼宇液晶电视广告 （1）什么是楼宇液晶电视广告 （2）楼宇液晶电视广告的特点 4．社区活动 （1）社区活动的形式 （2）社区活动的特点 5．社区直投广告（DM） 6．社区户外公益广告及绿化带公益广告 三 社区媒体的优势及效果 1．伊拉克战争的启示：精确拦截、精确制导 2．社区广告的精确制导优势 附件一 从北京电梯媒体发布看广告的精确制导性 附件二 实力媒体对法国达能社区媒体投放的分析 3．社区居民对电梯广告的接受状况 4．企业投放社区媒体的情况及评论 附件三 社区电梯媒体效果评估报告 附件四 CDMA手机电梯广告效果调查 附件五 移动17951IP电话电梯广告效果评估 四 社区群体生活态度与消费心理分析 1．从电梯人际关系到社区人际关系 2．社区人际关系折射当代人的生活 3．人际关系良好有益健康 4．当前社区人群现状 5．社区群体的生活态度和消费心理 6．社区群体对电梯广告的产品类别的关注度 五 社区媒体开发应高举“文化”大旗 1．社区文化建设就是社会价值观建设 2．什么是价值观 3．当前社会价值观现状 六 品牌文化、企业文化与社区文化相互影响 七 社区媒体开发与物业管理之间的关系 八 如何与物业管理公司共同策划社区活动 九 社区终端的开发对房地产开发商的启示 十 社区媒体开发如何与政府的一些公益事业相融合 十一 中国社区经济圈的形成 十二 中国社区建设的思路与方向 十三 走进“壹时代” 十四 案例精选 十五 附录 后记一 后记二

编辑推荐

《终端渗透》从社区媒体出发，对社区营销、社区经济、社区文化进行了全面的论述。
社区是最后的终端。
社区媒体是企业文化和品牌文化融入社区文化的桥梁。
在社区生活正在成为现代人新型的生活方式时，冯军又提出了“社区经济圈”的全新概念，“社区终端渗透营销”是壹时代媒体资源公司提出的关于营销和广告的全新思路，扩大了广告公司和企业营销策划人员的思维。

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