第一图书网, tushu007.com

<<消费紧缩下的行销法则>>

图书基本信息

书名：<<消费紧缩下的行销法则>>

13位ISBN编号：9789866571763

10位ISBN编号：9866571769

出版时间：2009-1-2

出版时间：商周出版

作者：Antony Young、Lucy Aitken

页数：312

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

<<消费紧缩下的行销法则>>

内容概要

很多公司把廣告看作是開銷而非投資，所以在這場金融風暴消費緊縮的狀況下，廣告預算常被列在最可能刪減的費用的頭幾項。

之所以會造成這樣尷尬的處境有兩大主要因素，其一，企業的董事會已對廣告失去信心，認為與其花錢在傳統的廣告行銷上，還不如把錢拿來重新裝潢店面、改善物流，舉辦廠商促銷，以及降價促銷。

其二，許多廣告商沒能搞清楚廣告與企業營收之間的關係。

企業需要改善其行銷宣傳組合的管理，需要更清楚了解透過不同管道——直效行銷、活動、公關、數位、促銷——與客戶接觸的潛在報酬與風險高低。

如果廣告公司能夠清楚呈現做廣告能夠獲得多少投資報酬率，那麼企業的財務長就不會隨便砍你的預算。

以上就是本書的核心想法，書中還對投資原則以及廣告策略提供了獨到的見解，並說明廣告公司如何為廣告主提供卓越的投資報酬率，最後還提供了讓企業從行銷宣傳獲得最大收益的行動藍圖。

本書將成為廣告公司幫忙廣告主創造業績成長及獲利的珍貴來源，對於非從事廣告業務的企業主管而言，本書也是一本很棒的參考書，不但可以增進知識，更懂得如何評估、挑戰及參與廣告，以獲得更棒的業績表現。

作者简介

安東尼?楊　Optimedia International美國地區的總裁，這是一家專門為企業規劃整體行銷傳播策略的廣告公司。
在接任現職之前，安東尼．楊曾在實力傳播集團（ZenithOptimedia Group）旗下多處分支機構歷練，包括負責中國大陸地區的公司設立，以及主管亞洲地區的業務，還曾擔任該公司在英國地區的執行長。

露西?艾特肯　自由撰稿人，專長媒體與行銷方面，她曾擔任Campaign雜誌以及Media＆Marketing 雜誌的組稿編輯（commissioning editor，職責為提出一種書的構想並請作者把這種書寫出來的編輯）。

媒体关注与评论

?為客戶取得最低媒體採購成本不再是唯一的競爭優勢，為客戶創造最大的投資報酬，才是今天媒體代理商的核心價值。
」　　——台灣實力媒體執行長／謝祥偉　　「身為廣告主，我們不只把廣告視為經營品牌的傳播工具，更將它視為帶動銷售的利器。
」　　——台湾大哥大公司品牌管理與客戶溝通處資深處長／陳麗琴　　「如何透過廣告行銷活動產生令人滿意的投資報酬率，並對此提出正確的評估，乃是廣告公司與廣告業主今日所面臨的重大行銷挑戰之一，而這也正是企業應對其內部行銷團隊設定的目標。
」　　——英

第一图书网, tushu007.com

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