

راهکارهای تبلیغات و بازاریابی (۵)

تبلیغات خلاق

ویرایش سوم
به همراه مطالب و مثال‌های جدید

نویسنده:

لوک سولیوان

مترجم:

فرزاد مقدم

پیته

انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

آگهی رسانه (۶)	
مکتوب به ناچ، المپیخه لطفه	۵۷۱
آگهی رسانه (۱)	
آگهی به رسانه	۵۸۲
آگهی (۱) رسانه (۱۱)	
سفر رسانه	۶۶۱
آگهی (۱) رسانه (۲۱)	
پشتیبانی رسانه	۶۰۲

فهرست

۵	درباره‌ی کتاب
۹	درباره‌ی نویسنده
	(۱) فصل اول:
۱۱	برای فروش بیشتر، دار و ندار خود را نفروشید.
	(۲) فصل دوم:
۲۹	نکاتی چند، برای شروع کار
	(۳) فصل سوم:
۴۷	صفحه‌ای سفید و خلق یک آگهی تبلیغاتی مؤثر
	(۴) فصل چهارم:
۸۹	نکاتی ریز، برای ساخت یک آگهی تبلیغاتی خلاق
	(۵) فصل پنجم:
۱۱۱	در آینده، ظرف سی ثانیه، هر کسی می‌تواند مشهور شود.
	(۶) فصل ششم:
۱۳۵	رادیو جهنم است؛ اما آتشش نمی‌سوزاند.
	(۷) فصل هفتم:
۱۵۱	ایده‌های خیلی خیلی بزرگ برای خلق رسانه و پیام
	(۸) فصل هشتم:
۱۶۷	کشف موضوعات غیرعادی

۹ فصل نهم: اثر فکر مستقیم این پارادایم، در مقابل پارادایم تبلیغات فقط خوب‌ها، جوان می‌میرند. ۱۷۵

۱۰ فصل دهم: د و عصر مهم فقط پیام فروتنی است (به هر شیوه‌ای که ارائه ضربه‌های مرگبار ۱۸۵

۱۱ فصل یازدهم: این کتاب را تنها موفق مشتری و مصرف‌کننده مواجه نصیحتی چند ۱۹۹

۱۲ فصل دوازدهم: خدمات اطلاق می‌گردد. در همین ترجمه برخی از یک شغل بی‌نظیر ۲۰۹

۲۱ فصل بیست و یکم: با حرفه و عادت‌های فرستاده در جامعی با عنوان نامشخص. همچنین حذف موضوعاتی که محتوای آموزش تبلیغاتی هستند و بیشتر برای توضیح واضح‌تر و شواهد استفاده شده. به این ترتیب ۲۱۱

۲۲ فصل بیست و دوم: در این فصل به روش‌های تبلیغاتی در ایران با استفاده از تکنیک‌های روزگار ۲۱۱

۲۳ فصل بیست و سوم: با استفاده از روش‌های تبلیغاتی در ایران با استفاده از تکنیک‌های روزگار ۲۱۱

۲۴ فصل بیست و چهارم: با استفاده از روش‌های تبلیغاتی در ایران با استفاده از تکنیک‌های روزگار ۲۱۱

۲۵ فصل بیست و پنجم: با استفاده از روش‌های تبلیغاتی در ایران با استفاده از تکنیک‌های روزگار ۲۱۱

۲۶ فصل بیست و ششم: با استفاده از روش‌های تبلیغاتی در ایران با استفاده از تکنیک‌های روزگار ۲۱۱

۲۷ فصل بیست و هفتم: با استفاده از روش‌های تبلیغاتی در ایران با استفاده از تکنیک‌های روزگار ۲۱۱

۲۸ فصل بیست و هشتم: با استفاده از روش‌های تبلیغاتی در ایران با استفاده از تکنیک‌های روزگار ۲۱۱

۲۹ فصل بیست و نهم: با استفاده از روش‌های تبلیغاتی در ایران با استفاده از تکنیک‌های روزگار ۲۱۱

۳۰ فصل سی و یکم: با استفاده از روش‌های تبلیغاتی در ایران با استفاده از تکنیک‌های روزگار ۲۱۱

درباره‌ی کتاب

در میان کتاب‌هایی که تاکنون در زمینه‌ی خلق آگهی‌های تبلیغاتی نوشته شده است، کتاب حاضر، مفیدترین کتاب موجود است. بعد از خواندن این کتاب، منشی شرکت شما نیز می‌تواند، آگهی‌های شگفت‌انگیزی خلق کند.

امروزه، در دنیای تبلیغات که سرشار از متخصصانی است که به جلسه‌ی ناهار روزانه، بیش از نوشتن آگهی‌های تبلیغاتی عادت کرده‌اند، سولیوان یک استثناست.

این کتاب، برای کسانی که می‌خواهند مرزهای ساخت یک آگهی تبلیغاتی عادی را بشکنند و کاری قوی، مؤثر و نو خلق کنند، کتابی بسیار آموزنده است.

فالكون مك البوت

