

راهکارهای تبلیغات و بازاریابی (۶۲)

سلطان خیابان مدیسون

دیوید اُگلیوی و خلق تبلیغات مدرن

نویسنده:

کِنِت رومَن

مترجم:

منیژه شیخ‌جوادی (بهزاد)

سپهر

انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

فهرست

- پیش‌گفتار ۱
- ۱- ترکیبی نامتعارف و سلّتی ۹
- ۲- «من در هر امتحانی رد شدم» ۲۱
- ۳- راز موفقیت یک فروشنده ۳۳
- ۴- مائر که بود؟ ۴۳
- ۵- پول در آمریکا ۵۳
- ۶- دهقان و جاسوس ۶۷
- ۷- ایده‌های بزرگ ۷۹
- ۸- پادشاهان فیلسوف ۱۰۷
- ۹- کلیسای واقعی ۱۲۵
- ۱۰- پادشاهی در قصرش ۱۴۹
- ۱۱- ادغام پرستان و جنون خودبزرگ‌بینی ۱۷۳
- ۱۲- بیماری‌ای به نام نمایش ۱۹۳
- ۱۳- آوای شگفتی ۲۱۷
- کلام آخر: به‌چاپ‌نرسیده‌های اگیلوی ۲۳۱

پیش‌گفتار

خیابان مدیسون در دنیای تبلیغات، نقش خیابان هالیوود در صنعت سینما و یا خیابان فلیت در دنیای روزنامه‌های لندن را بازی می‌کند. این خیابان، تداعی‌کننده‌ی تصویر مردانی با کت و شلوار خاکستری‌رنگ است. طی سال‌های متوالی، خیابان مدیسون نشانی بسیاری از شرکت‌های تبلیغاتی بوده است که اگرچه امروز بسیاری از آن شرکت‌ها به نواحی ارزان‌تری نقل مکان کرده‌اند، اما هنوز هم خیابان مدیسون نماد مختصری از تبلیغات آمریکایی است.

در سال ۱۹۴۸ سه سال پس از پایان جنگ جهانی دوم، دیوید اگیلوی ۳۹ ساله، یک مهاجر انگلیسی که کمترین تجربه‌ای در دنیای تبلیغات نداشت، دفتر کاری در این خیابان گشود. با این که دفتر اگیلوی در خیابان مدیسون قرار داشت، اما بزرگان این قوم توجهی به او نداشتند تا این که تنها به فاصله‌ی چند سال، اگیلوی نیز یکی از آنان محسوب شد.

در سال ۱۹۵۳، مجله‌ی اقتصادی پربینترز اینک^۱ اعلام کرد که اگیلوی به شخصیت برجسته‌ی خیابان مدیسون تبدیل شده است. در سال ۱۹۵۸، او را این گونه توصیف می‌کردند: «تا کنون هیچ کس در ۵۰ سال گذشته، همچون این مرد ۴۰ ساله‌ی انگلیسی، دیوید اگیلوی، در صحنه‌ی تبلیغات آمریکایی ظاهر

1. *Printer's Ink*