

《疯狂的赞助》

图书基本信息

书名：《疯狂的赞助》

13位ISBN编号：9787893991267

出版时间：2014-5

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《疯狂的赞助》

内容概要

在《爸爸去哪儿I》被前一个冠名企业相弃的危急时刻，华润三九果断出手，演绎了一段“英雄救美”的商界情话。最终，美人不负英雄，以破5的收视率给了华润三九一份靓丽的嫁妆。不禁让人感叹，是运气还是筹谋？

书籍目录

PART1 天价游戏的幕后逻辑

1. 电视仍是综合实力最强的媒体
2. 省级卫视虽贵但性价比高
3. 冠名和植入电视节目，可以更充分地表达品牌内涵
4. 热门电视节目是吸引潜在消费者的利器
5. 优秀电视节目是稀缺资源
6. 全屏收视和后续传播带来附加价值

PART2 我是赞助商

1. 华润三九：风险控制比豪赌更重要
2. 英菲尼迪：深度“入戏”的赞助商
3. 立白：《我是歌手》是一个整合营销平台的引爆点
4. 洋河：与央视和“大事”在一起
5. 加多宝：做赞助商 更要做合伙人

PART3 游戏解码

1. 冒险就是一种理性
2. 电视赞助基本规则
3. 节目畅销的关键要素
4. “大”与“贵”也是一种传播现象
5. 模式的战争
6. 电视“大片”时代：从卖资源到卖策略

PART4 众人的电视

1. 融合媒体时代的电视生态圈
2. 融合媒体时代电视生态圈三大体系
3. 大收视时代的广义收视率
4. 电视观众进化论

《疯狂的赞助》

精彩短评

- 1、可为负分
- 2、案例的罗列，入门级的梳理
- 3、虽然并不是十分明白营销是怎样的一种工作，但是正如文中所写，和股票金融的套路是一样的，存在着天时地利人和。快速消费所衍生出的新的经济模式我觉得一方面新颖独特，但同时也充满不确定性，在这种潮流中能够把品牌做大做响，这些背后的工作人员可谓勇敢无畏且心思缜密。
- 4、什么鬼

《疯狂的赞助》

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:www.tushu111.com