

WIZUALNY MŁOTEK Jak wbić do głowy przekaz marki dzięki emocjonalnej sile



Cena: 34,00 PLN

Opis słownikowy

Autor	, Ries AI, Ries Laura
ISBN	978-83-283-2071-0
Rok wydania	2016
Wydawca	Helion
Wysyłamy	Wysyłamy w ciągu 3-5 dni roboczych

Tabela cech produktu

Okładka	Miękka
Liczba stron	208
Format	14.1x20.5cm
Przekład	Arkadiusz Romanek

Opis produktu

Mimo wielu rewolucyjnych zmian, jakie zaszły w marketingu w ciągu ostatnich dekad, pozycjonowanie marki jest wciąż priorytetem. Jednak rozwój internetu, media społecznościowe i marketing mobilny radykalnie przeobraziły reklamę i środki przekazu. Dziś sukces marki wymaga nie tylko dobrych narzędzi, ale i konsekwentnej realizacji dobrze przemyślanej strategii. Wiele z takich strategii opiera się na pozycjonowaniu, czyli na przekazach werbalnych, ale słowo nie zawsze jest najlepszym nośnikiem przekazu marki. Często skuteczniej działa obraz, a jeszcze lepsza jest taka kombinacja słowa i obrazu, która obudzi nasze emocje.

Podczas lektury tej książki zrozumiesz, a potem wdrożysz nowatorską koncepcję wizualnego młotka i werbalnego gwoźdź. Dowiesz się, jak za pomocą młotka (poruszającego obrazu) przyciągnąć uwagę konsumenta i wbić mu w umysł gwoźdź (przekaz pozycjonujący). W ten sposób sprawisz, że przekaz marki zagnieździ się na dobre w mózgu odbiorcy. Jeśli odpowiednio wzmocnisz obraz werbalnym przekazem pozycjonującym, uda Ci się entuzjastycznie nastawić odbiorcę do Twojego produktu.

Z tej książki dowiesz się:

- że obrazy i słowa są trochę jak młotki i gwoździe,
- jak wybrać najlepszy młotek, czyli stworzyć obraz wart zapamiętania,
- jak wykuć najlepszy gwoźdź, czyli zwrócić się przekonująco do odbiorcy,
- jaką rolę odgrywa właściwe opakowanie,
- jak pielęgnować i wykorzystać mit założyciela,

jak używać wizerunku celebrytów i zwierząt,
jak bogatym źródłem inspiracji jest historia.