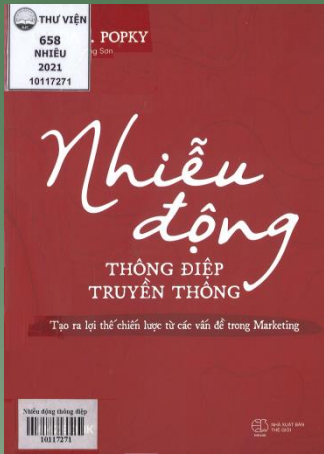


NHIỀU ĐỘNG THÔNG ĐIỆN TRUYỀN THÔNG

Tạo ra lợi thế chiến lược từ các vấn đề trong Marketing



Tác giả: Linda J. Popky; (dịch Bùi Công Sơn)

Nhà xuất bản: Thế giới

Nơi xuất bản: Hà Nội

Năm xuất bản: 2021

Môn loại: 658

Ngày nay, thế giới của khách hàng tràn ngập nhiều động, đầy rẫy thông tin do các doanh nghiệp tạo ra khiến họ xao lãng. Các công ty tìm đủ mọi cách để thu hút sự chú ý với sự hỗ trợ của các kênh truyền thông mới, các tuyên bố hùng hồn, cũng như chiêu mộ các nhân vật nổi tiếng làm đại diện cho mình. Khách hàng bị choáng ngợp trong mớ thông điệp quảng cáo xuất hiện dày đặc ở mọi lúc, mọi nơi và thường bị “ngợp”, cảm thấy khó chịu hoặc tệ hơn là không thể nhớ thông điệp cụ thể mà thương hiệu muốn truyền tải.

Nếu bạn là một người làm kinh doanh, bạn bắt buộc phải đưa công ty mình vượt lên trên nhiều động, bạn cần phải tạo ra các chiến lược và thông điệp nổi trội để loại bỏ sự ồn ào và thu hút sự chú ý của khách hàng. Cuốn sách “*Nhiều động thông điệp truyền thông*” của Linda J. Popky đã phát triển mô hình đòn bẫy giữa thị trường năng động với cách tiếp thị chen ngang vào mớ hỗn độn giúp doanh nghiệp truyền tải được thông điệp tới khách hàng. Điểm sáng của cuốn sách này ở chỗ: Tác giả không đi vào những kênh truyền thông xã hội, hay ý tưởng cộng đồng hay nội dung được sáng tạo bởi người dùng mà đi thẳng vào từng chiến dịch, thảo luận những nội dung chủ chốt qua hàng loạt mô hình marketing cụ thể.

Nội dung cuốn sách gồm 4 phần:

Phần I: *Tổng quan về Marketing*

Phần II: *Cạnh tranh để giành sự chú ý*

Phần III: *Xướng lên hợp âm đúng*

Phần IV: *Vượt lên nhiều động*

Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!