

非常策划

朱玉童营销策划实战录

朱玉童 著

中国十大策划专家：

道出

策划人的酸甜苦辣

让你惊

让你赞

东方出版社

朱玉童 著

非常策划

朱玉童营销策划实战录

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

非常策划: 朱玉童营销策划实战录/朱玉童著. —广州:
广东经济出版社, 2002.1
ISBN 7-80677-091-7

I. 非… II. 朱… III. 市场营销学—案例—分析
IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 090747 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	广东惠阳印刷厂 (惠州市南坛西路 17 号)
开本	850 毫米×1168 毫米 1/32
印张	11.5 2 插页
字数	212 000 字
版次	2002 年 1 月第 1 版
印次	2002 年 1 月第 1 次
印数	1~8 000 册
书号	ISBN 7-80677-091-7 / F·603
定价	25.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

销售热线: 发行部 [020] 83794694 83790316 邮政编码: 510100

(发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号)

网址: www.sun-book.com

·版权所有 翻印必究·

内容提要

一个披星戴月的业务员如何成为知识渊博的知名广告人？

一个学生样的大学生怎样成为享誉全国的十大营销策划专家？

一个流水线上的打工仔怎样创建拥有中港两地数家分公司的智业集团？

他以怎样的泪水、汗水和心血创造了一个个耀眼夺目的品牌？

他以怎样的聪明、才智和毅力策划出一个个轰动的营销个案？

他以怎样的执着、勤奋和刻苦战胜一个个商业波折取得成功？

.....

在《非常策划——朱玉童营销策划实战录》一书里，著名营销专家朱玉童先生与您一一道来。在这本人物自传里，朱玉童先生以他特有的泼辣、机智、跳动的语言风格，娓娓诉说了——一个策划人的悲欢与辛酸：打工的苦涩、创业的艰辛、营销策划的兴奋与困惑，以及非凡的创意故事，全书以情动人，作者棱角分明的个性洋溢在字里行间，语言直白易懂，情节跌宕起伏，融故事

性与专业性为一体。全书分三部分，第一部分“曝光策划人”讲述了作者近几年策划的典型个案和创业历程，叙事生动，感人至深；第二部分“营销智慧”收录了作者有关广告、营销、电子商务等方面的一系列理论文章，如“写好一篇广告文案的妙诀”等，妙语连珠，令人拍案叫绝；第三部分“众说纷纭”，是社会各界对朱玉童先生的评说选粹。全书插入了多幅精彩纷呈的广告策划作品，图文并茂，让人爱不释手。

目 录

第一部分 曝光策划人——让老虎

飞起来	(1)
壹 一个即将被埋葬的明日之星	(2)
贰 这块报纸值百元	(10)
叁 海南将要“桶获膨胀”	(18)
肆 从阿婆到博士	(26)
伍 创意的“地下生活”	(64)
陆 深圳上演“新渴望”	(79)
柒 惹上笔墨官司	(137)
捌 全力打造成功品牌	(154)
玖 文人相轻“窝里斗”	(162)
拾 说出心里话	(170)
拾壹 打造精英团队	(188)
拾贰 我满意的广告作品	(196)

第二部分 营销智慧——朱玉童营

销文选	(217)
壹 市场调查的误区	(218)

贰	成功的“赢”销	(224)
参	写好一篇广告文案的妙诀	(246)
肆	品牌，中国企业的营销难题	(255)
伍	如何制定营销战略	(278)
陆	新产品如何上市营销	(285)
柒	如何运作整合传播	(295)
捌	电子商务，欲说经营好困惑	(307)
玖	如何制定经销商政策	(316)
拾	迎接渠道网络革命	(319)
拾壹	成功策划案例与分析	(326)

第三部分 众说纷纭——说不尽

的朱玉童	(341)
------------	-------

壹	想起了丘吉尔	(342)
贰	弹唱我的广告摇滚	(348)
叁	第一滴眼泪	(354)
肆	路	(356)
伍	精神就是一切	(358)

第一部分

曝光策划人——让 老虎飞起来

壹 一个即将被埋葬的明日之星 求职书

一个即将被埋葬的明日之星

一位年轻的广告人，一位将带给你财富潜力的广告人，因为他是业余的，所以他特别刻苦……

他有两年的工作经验，读过数本广告专著，现在向贵公司求职……

1992 年

朱玉童

(一)

1992 年底，我是趴在大烤炉边写下这封求职信的。我的眼前是长达一百米的饼干烘烤炉流水线。这里，冬天的温度大约 28 度左右，而夏天则在 38℃ ~ 42℃ 之间。我就是在这里工作了近 12 个月，做“广告梦”三个月。

三个月前，我原来就职的那家公司的人事部经理陈先生找到我，说他记得我的文笔不错，他现在正在为一个名叫“梧桐山”的矿泉水进行广告策划，这家公司准备在春节后推出报纸广告，问我能不能帮帮忙，赶写几篇广告文案。

在此之前，我对广告真是一无所知，只是有时候像个小孩子似的学着说“味道好极了”而已。但我知道我喜爱看广告。在来深圳之前，我在内地的一家农科院工作的时候，就用当时中央电视台最流行的广告串联过一个小品，在科学院联欢会演出时很是轰动了一下。

“好的，让我试试！”我几乎没什么犹豫就答应了陈先生，他给了我一套资料，让我先去读读，明天讨论怎么写。

第二天，一下班我就到陈先生家报到，开始讨论梧桐山矿泉水的广告策划。陈先生确定了“把健康喝下去，梧桐山矿泉水”的广告主题，他熟练地写下了几个标题，共计五篇：

1. 《深圳人请注意》——预告产品上市；
2. 《虽然少，不可少》——谈梧桐山矿泉水的微量元素；
3. 《把健康喝下去》——梧桐山矿泉水与健康；
4. 《城市里哪有矿泉水》——打击对手在城市里生产的矿泉水；
5. 《我爱梧桐山》——感叹梧桐山矿泉水令人喜爱。

我佩服极了，问陈先生是怎么构思出这么多绝妙的点子的，他说：“你先去写最后一篇，回头我再告诉你。”

我乐颠颠地回到宿舍，关上门，坐在桌前，铺开纸，准备大干一场。当我写下“我爱梧桐山”几个大字

后，我发现我的脑子里几乎一片空白——怎么写？写什么？随便写了几行，自己觉得很臭，揉成一团扔掉。回想起自己看过的报纸广告，好像没什么令自己感动的：“省优、部优、国优”，“实行三包，代办托运”……还有什么？

到办公室拿回一大堆报纸，翻来翻去，自己觉得没有一个像样的广告。我一定要写一篇让别人过目不忘、牢牢记住的广告文案！第二天，我骑上自行车到蛇口工业区图书馆去查有关梧桐山的介绍文章，一泡就是一个晚上。

“功夫不负有心人”，这篇广告文案就这样写成了：

我爱梧桐山

你知道中国最长的公路隧道在哪里吗？在梧桐山。

这座守护着深圳的大山，不仅有令深圳人骄傲的隧道，更有令深圳人“饮”以自豪的矿泉水——梧桐山矿泉水。

矿泉水分为自然矿泉水、自然优质矿泉水、自然优质珍贵矿泉水三个级别，只有符合国家颁布最高标准的矿泉水，国家才准予使用“自然优质珍贵矿泉水”的称号，而梧桐山矿泉水就拥有这项荣誉。

梧桐山矿泉水——

- * 荣获中国天马旅游节金奖
- * 荣获国际食品博览会金奖

我爱梧桐山，
我爱它的纯净；
我爱梧桐山，
爱它的自然；
我爱梧桐山，
爱它高贵的品质。
让我把健康喝下去，
这就是我们的梧桐山矿泉水！

当我把文案交给陈先生时，陈先生十分惊喜，他又把另外二篇交给我，并告诉我怎样写。因为有陈先生指导，这两篇文案很快写好了，陈先生看后均很满意。我俩一起设计了这五幅广告。

陈先生说：“明天我就要去见客户了，如果通过，我请你吃饭。我觉得你写广告挺有天份，这样，借给你一本书，回去读一读。”

也许，你不会相信，就是这件小事和这本书改变了我的命运！

(二)

这本书的名字就叫《奥格威谈广告》，作者是大卫·奥格威。

我如饥似渴地读着这本书，一直读到凌晨3点，我

浑身像被火烧了一样，发热发烫，我不停地颤抖着，感觉到一种前所未有的震撼。

奥格威把我引进一座辉煌的殿堂，他好像就坐在我面前，以严肃而又带有些幽默的口吻向我娓娓叙说一个广告人的悲喜故事。这一夜我失眠了，想起了很多往事。从1990年大学毕业出来打工已快两年了，我很满足现在流水线上的工作。大学时那点浪漫激情早已烟消云散。在大学时，我是个顶顶活跃的分子，学校任何一次文艺活动都少不了我，又是编报纸，又是演话剧，又是演小品……而现在，活跃的细胞好像早被烤炉烤化了。不行，我不能满足这个小主管的职务，我要去当广告人。

第二天，陈先生打电话给我，说客户一次通过我们的广告文案，他叫我去他家吃饭，我发疯一样地跑过去，他说：“小朱，不错，就这么干！”

“拿去认真读读这些大师的名著吧！”陈先生把他的广告藏书借给了我，从那一天起，我就把并不比我大多少岁的陈先生当做了老师，我打内心里说：“谢谢！”

我的生活仿佛一下子发生了巨大的改变，内心充满一种喜悦，感觉未来也有了明确的努力方向。于是近乎疯狂的自学开始了。我找出一个本子，将名著里的要点一一记下。白天，在热火朝天的流水线上当质检，晚上回到宿舍，洗个澡，苦读广告专业书。奥格威教了初入门的广告人一个很有效的写好广告文案的办法——做“家庭作业”：将你看到的不好广告剪下来，贴在白纸

上，对照着重写一篇。

于是我每天坚持改写 1~2 篇，大多是模仿大师的手法，比如模仿李奥贝纳、雷·扬罗毕凯、乔治·葛里宾、威廉巴克、智威汤逊等等……我最喜欢的是奥格威与威廉巴克的广告风格。我严格遵守大师定下的规矩，有板有眼地去写，很快一个大本子写满了。我反复研读大师之作，深为大师们的妙笔所感染。

从陈先生那里借来的图书很快就读完了，我开始到蛇口工业区图书馆报到，三个月内几乎读了二十本广告专业书。我不断地摘抄有用的资料，摘抄各种各样的专业术语，并开始留心招聘广告人的广告。当时听说著名的海王公司正在招人，我便捧着毕业证和自己练习的广告文案，瞒着我们经理去求职。面试我的也是一位姓朱的经理，他看了看我的简历，一脸的蔑视。没跟我多说，就把我打发走了——他嫌我是个非专业广告人！

这一次求职失败，并没有打击我，却让我愈发向往这条路。于是我写下了《一个即将被埋葬的明日之星》的求职信，分寄给五家广告公司。那年我 24 岁，觉得自己认真地活着，满怀憧憬与激情地活着，觉得美好的未来就要绽放出光彩了！

很快，五家广告公司都给了答复，请我去面试。原来公司那位留美归来的经理就一直很纳闷——一向勤奋工作，身体健康的小朱，怎么最近经常请病假？他不知道，我瞒着他去求职了。

第一家是影视广告公司。公司很小，只有两个人，

一男一女。看了我的简历，对我说，“我们这里是承包的，条件不好，先试用，底薪 400 元，你有业务后有 10% 的提成。”我一听底薪比我现在的工资少一半，心里很不开心，此时才知广告人原来工资少得可怜。他继续说：“你先写一个空调的电视广告，明天送过来，如果我们认可，你后天就可以上班了”。第一次去广告公司求职当然还是很兴奋，回去就找陈先生，陈先生说：“我给你一个空调的创意，你去试一试：‘买空调要冷静！XX 空调’（我敢保证，在他告诉我这个广告之前，中国的空调广告尚没有“冷静”这一诉求）。”我围绕着这一主题，写了三个电视广告送到那家公司。那位总经理一看就傻了，他说：“这是你写的？”我说：“当然！”（我心里明白，陈先生的广告语起了作用）他说：“你明天来上班吧！”我说：“我在蛇口住，你们应该在市区给我安排住宿。”他说：“住宿问题待你试用一个月后再解决！”一听到这，我立刻就火了，转身走出了他的办公室，然后给他打了个电话说：“我不准备到贵公司上班了！”电话那边哑了好一会儿，他说：“住的问题可以再商量。”我说：“不用再商量了，我不准备去贵公司了！”

因为有五家广告公司要我面试，还剩四家，机会还很多，我自然不会怕他。我去了另外一家号称“深圳四大广告公司的著名广告公司”。老板看了看我的简历，让我参加现场笔试，结果我力拔头筹很顺利地进入了这家公司，但进去之后，没几天，我就不想干了。因为我发现这家广告公司根本不重视文案，设计师却很吃香。

老板也是半吊子，对广告知之甚少，策划部的经理简直就是个混混。他们出名的原因是可以从各大媒介拿到比较高的折扣，靠代理大小报纸广告出名。这与我的理想相差甚远，两天后，我就辞职不干了。接着又去了一家媒体办的广告公司干了几天，很不理想，又一次跳槽。最后应聘到国 W 工业设计有限公司。此时的国 W 走了一批能人志士，急需一名文案，我的出现恰好补上了这个缺口。

国 W 总公司是搞房地产的，当时在国际金融大厦办公，是我来深圳见到的最豪华的写字楼之一，国 W 设计公司沾总部的光，也在这里占据了一角。我觉得这才像一个广告人工作的地方，就留了下来。因为办公区小，我就和跑业务的广告业务员合着坐一张办公桌。确切地说，是他的办公桌让给我用，因为他比我早进国 W。业务员白天跑出去拉业务，我就坐在他的座位上写文案，下班前他返回，我就把座位让给他，自己站着听他胡说。

如此待遇，心里还是满悲凉的。然而，这次我没有再跳槽，因为五家都面试过了，只好留在国 W 公司，开始了真正的广告人的生涯。

贰 这块报纸值百元

(一)

此时的我，真是一个微不足道的人物，既没客户，又没什么实力，文案刚刚入道，国 W 的业务又少，实在干得很压抑。我只是比较中意这里的办公环境，劝自己耐心点，一定会有机会的。

这时，我跟国 W 的业务经理老 S 关系处得还可以。老 S 是个精明能干的北方人，我们聊得很投机。他就试着把手里的一些客户的文案工作交给我来处理。当时公司接了一个保健内裤的业务，客户让我写一条广告语，当时写了十几条，最后选出了一句：“密友，细微之处体贴您。”客户非常喜欢，很快定下来了，而且指定由我来负责这一方案，这件事初步扭转了我在公司的地位。

我一边积极努力地帮老 S 拓展业务，让他尽量在去见客户的时候带上我，一边又在不断地研读广告方面的书籍，练习家庭作业。认识我的不少朋友都说：“朱玉童疯了！”的确，我有点像走火入魔似的，凡是见到认识的人都向他们谈我的最新创意，谈我最近写出的几个广告语，谈我对广告界的愤愤不平——那时的广告公司