

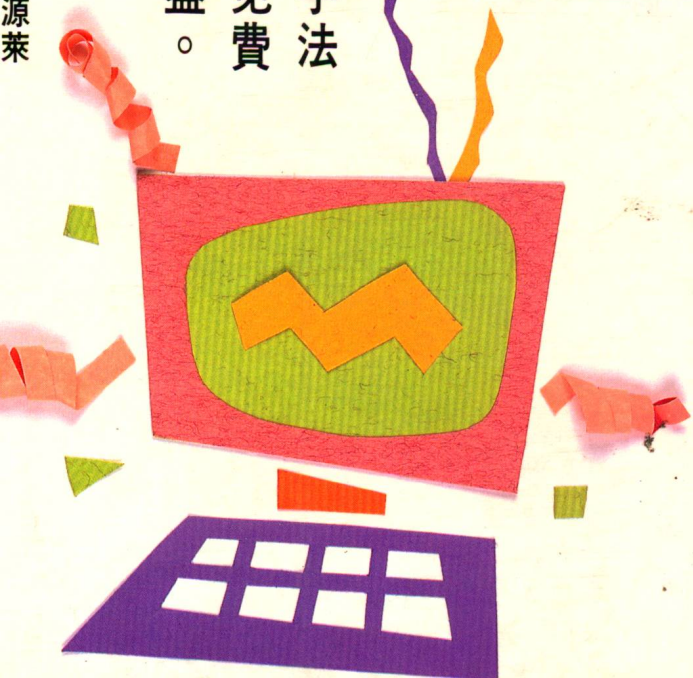
學歷無用・實力至上

低預算高效能 廣告法

STREETFIGHTING

本書教你突破傳統的廣告手法
只需花少許的代價，甚至免費
即可創造出宏大的廣告效益。

◎作者 JEFF SLUTSKY ◎譯者 雷源萊



社會大學系列 73

低預算高效能 廣告法

STREETFIGHTING

■JEFF SLUTSY 著 雷源萊 譯

低預算高效能廣告法/Jeff Slutsky作；雷源

萊譯.--初版.--臺北市：方智，民84

面；公分.--(社會大學；73)

譯自：Streetfighting

ISBN 957-679-272-X (平裝)

1.廣告

497

84003237

ISBN 957-679-72-X

版權所有・翻印必究

●方智出版社
FINE PRESS

◎社會大學◎

低預算高效能廣告法

●定價 180 元

作者/JEFF SLUTSKY

譯者/雷源萊

發行人/曹又方

出版者/方智出版社股份有限公司

地址/臺北市南京東路四段50號6F之1

電話/五七九六六〇〇(代表號)

傳真/五七九〇三三八・五七七三二二〇

郵撥帳號/一三六三三〇八一 方智出版社

登記證/行政院新聞局局版台業字第四三六一號

責任編輯/郭瓊玫

美術編輯/林品君

校對/郭瓊玫・張美馨

原書名/Streetfighting

原出版者/Prenice-Hall, Inc.

版權代理/博達著作權代理有限公司

法律顧問/蕭雄淋律師

印刷/祥峯印刷廠

中華民國84年5月初版

COPYRIGHT NOTICE EXACTLY AS IN ORIGINAL EDITION
1995 Chinese translation copyright by FINE PRESS Publisher
Published by arrangement with Prenice-Hall, Inc.
in association with BARDON-CHINESE MEDIA AGENCY
ALL RIGHTS RESERVED

學歷無用 實力至上

在這裏，沒有人在乎你有沒有顯赫的學歷掛在牆上，沒有人在意你從那裏來，什麼樣的出身。

在社會大學裏，學歷無用，實力至上。

而實力是一點一滴，慢慢累積起來的，「社會大學系列」提供你累積實力的參考書。

祝你成功！

目 錄

序 006

第1章

交互推廣 009

媒體與訊息 011

交互推廣的「三個C」 015

單向與雙向的交互推廣 024

免費宣傳的入場券 033

街頭出擊的精髓所在 037

第2章

公共宣傳 039

什麼才是新聞 039

想要取悅誰 043

收集記者名冊 047

藉著電視來做宣傳 051

擬具一份新聞稿 052

誘使媒體參與 055

第3章

社區的參與

商業雜誌的取捨 056

061

低負擔／高效率的策略 061

藉隨手可丟的廣告大做生意 063

產品成本與真正花掉的錢 067

完美的一擊 074

給一塊錢／省一塊錢 076

做一個友善的社區嚮導 086

第4章

店內行銷無所不在

090

實施原則 091

給小費的訣竅 093

讓員工帶來新顧客 094

競賽 097

店面像舞台 100

幫您吸引顧客的夥伴 102

第5章

外出推廣

把次要目的也印出來 106

110

四個基本原則 110

· 一般型 111

· 主題型 113

· 衛星城市型 119

· 單一經銷商型 121

第6章

機靈的文宣郵件

125

裝進去——反正不要錢 126

完美的比賽計畫 130

取得名單 133

後門特賣會 136

暗地裡收集 138

第7章

廣播電台

144

有人真的在收聽嗎？ 147

三十秒對六十秒 151

第8章

電視

177

向業務代表反推銷	153
討價還價	155
誰是真的第一名	158
如何藉廣告促銷來產生衝擊	162
玩個圖利自己的遊戲	165
買賣交易以物易物	170
二等公民	172
有線電視	177
購買時間	179
廣告定時配置	181
把話傳開來	184
提前規劃	189
讓自己成爲明星	197

第9章

印刷品

199

神通廣大的街頭尖兵

200

多種媒體混合組成

202

黑與白

205

小型刊物

208

第10章

戶外廣告

214

每兩個月一次的策略

215

條形貼紙

217

交換條件

220

第11章

耳聽四方眼觀八方

228

讓競爭者吐露內情

229

三A計畫

231

進入市場的競爭策略

234

單項貨品賠售

237

單項貨品賠售十誠

239

序

有一天你終究要瞭解：「無法跟他人比誰會花錢，就一定要比誰會動腦筋。」

「街頭出擊」可以應用到經營的每一方面，然而本書所談的，主要在於廣告和促銷的範圍，因為這個範圍可能是最難理解的，而且也是成功的企業家最需要突破的。

我們要破除難解之處，並且以簡單易懂的文字來解說，讓你深入體認到街頭出擊的原理。我們希望能延伸你的智識，逐步的將街頭出擊的態度灌注到你的腦子裡。

我們也跟別人一樣，曾經使用過傳統的廣告，也幫客戶規劃傳統的廣告活動。在廣告公司任職的時候，我們為客戶設計了許多的廣告，有的登在報紙上，有的送到廣播、電視台去播放，或者安置在其它的戶外媒體上。

然後到了幾年前，我們注意到了下面的現象：這些廣告都不像以前那麼有用了，我們的客戶雖然仍舊有所斬獲，但是效果已經沒有那麼好了。

所以，媒體已經開始逐漸失去功效了。

我們沒有讓客戶花更多的錢再打廣告，反而開始質疑傳統廣告的功效。我們做了一些嘗試，發明了一些新的方法，並且經過多次的調整與修改，一再的重新試驗，結果產生了

越來越好的成效。

在這樣的歷程中，我們完成了幾項重要的事情。首先，我們組成了「零售行銷協會」；其次，我們發行了「街頭尖兵」新聞通訊，另外也首創了研討會文刊「利用媒體代替品之指引」。在這項指引裡，我們告訴與會者：如何使廣告訊息得以免費的發送出去，另外，還介紹了一百種便宜有效的促銷手法。

我們的努力居然十分成功，參加過研討會的人紛紛傳出好消息，都說在運用這套街頭出擊戰法之後，業績大有成長。

但是這樣還不夠好，如果把本書中所說的每一種方法都應用過了，大家會發現還是得用到大眾傳播媒體。於是我們開始自問，可不可以將我們的戰法，在廣播、電視、報紙及告示招牌等媒體上使用。

我們從廣告代理商那裏得知，廣播電台的收費相當的有彈性，而報紙的訂價則非常的硬，但是費用都非常的昂貴，所以我們一定要從媒體廣告中得到更多的效益。

近來，每檔電視廣告的價錢也一直在飛漲，但是主要時段的整體收視率，已經明顯的降低了。此外，廣播電台的插播價格也在三級跳，全然不顧電台忠誠度已在降低的事實——這都是聽眾面對太多電台、太多廣告的結果。

但是這些媒體也並不是全無用處，下自在外跑腿的新進業務代表，上至老練專業的高

階主管。我們弄清楚了該公司內部的運作方式，也明白他們心中的期望，以及問題所在。簡單的說，我們要和各式各樣的人打交道。

首先，我們為中小型企業找尋取代大眾媒體的廣告策略。其次，又設法將同樣的原理運用到大眾媒體之上。回想起來，這全都跟一種態度有關——這便是街頭尖兵對廣告和促銷的態度。

上面所說的態度即是本書中所談到的方法，所講的內容不只是理論而已，它們已經在世界各地被施行過了，你當然也可以做得到的。

要做得完全並不容易，我們沒有簡單的答案，所需要的乃是多下點工夫，但是相信那不會很難。所以，不妨做個街頭尖兵吧。歡迎你的加入。

1

交互推廣

大約在兩百年以前，班傑明富蘭克林就已經採用過交互推廣的手法，而且也曾明確的讓人瞭解它的功效。在他早年的一本著作《窮人理查的日曆裡》，就夾著當時若干商家的實值贈品券。他這本書非常可能是第一個「以二兌一」的附券推廣手法。顯然班傑明覺得折價券可以增加他的出版品的價值，使得他更容易把書銷出去，而保羅在這項商品合作案上面也不是毫無所獲。這總強過他自個兒騎著馬一路呼喊著：「嗨！各位鄉親，某某店即將清倉大拍賣了……大廉售就要開始了，請不要錯過了。」

從這段簡要的文字裡您應該已經知曉，交互推廣並不是我們發明的，我們也從來沒有宣稱是我們創造出來的。但我們確信，是我們把它大幅改進，然後有效的應用在今天的市場上的。當然，這也並非一夜之間就做到的。我們不知道花了幾個年頭，經過不斷的測試、驗證這套方法，然後一步一步的調整改進才告完成的。

身為一位街頭尖兵，您很快就會知道，太陽底下已經不容易見到新奇的事物了，所以您不需要再去發明星車輪之類的事情。比較值得您費神去做的，倒是為現在已經做得很成

功的東西，再想點子來進一步改善它們。如果有一天您製作了一些精良的電視廣告或宣傳小冊子，您可能會因此而獲頒廣告獎牌，但光是如此並不能讓您填飽肚子，除非那些推廣工具能促進您的銷售業績。

所以，假如您看到他人用的一些技術、推廣手段、點子或者概念很管用的話，您大可如法炮製一番。說起來這是偷別人的祕方，事實上我們比較喜歡用「創新的借用」這個名詞。學術一點說吧，如果一個人從某處沿用的某種想法，那便叫作「偷」；如果是從兩個來處發現進而改良的，就要稱為「研究」了。

不管您是偷來的、研究出來的或者是借來的，訣竅在於能確認出別人的推廣手法，或概念之中能引用之處，而且有辦法把它抽取出來，再做適當的轉換或改善，而能在您的境遇中發揮功效。

在本章之中，您將可以學到一些成功的交互推廣技巧，以及一些不很成功的例子。從這裡您將知道，怎樣的情形會成功，怎樣的情形則不會，以及為什麼會如此。就我們的瞭解和標準，我們還未曾碰到過真正最好的交互推廣手法，那可得要靠您來發想了。

我們的交互推廣技巧，最早是應用在一位餐飲及娛樂業的客戶身上。在這套推廣技巧逐步建立起名望之後，就有許多其他行業的客戶要求嘗試。我們事先都不能確定有效，但是他們願意讓我們測試、實驗，甚至出點小錯都無所謂。如果一有好的結果出現，他們就

進一步要求我們繼續做下去。結果僥倖都成功了，在許多不同也彼此無關的行業裡，都發生效用了。從健康中心到綢緞莊，從毛毯店到空手道館，甚至夜總會都為交互推廣手法著了迷，法律諮詢中心也開先例的採用了這一套名堂。至於它們是不是合您之用，就完全要看您是否瞭解以下要介紹的「街頭出擊」的概念。

媒體與訊息

與所有形態的廣告一樣，交互推廣是由媒體與訊息兩種要素所組成的。媒體就是讓公司行號花掉大部份廣告預算的東西，這理由很簡單，因為媒體是廣告裡最昂貴的部份，媒體能提供廣告訊息傳送出去的仲介。製作電台廣告或電視廣告，或者規劃出登在廠商名錄上的廣告、報紙廣告，或者直接郵寄等所花費的成本，都只是買下媒體時間、空間或郵資，以便將訊息散佈給大眾的一小部份費用而已。

藉著交互推廣，我們即可以將有效的訊息，以免費的方式傳送出去，有點像是我們自己創造了廣告媒體，而不會每月收到大筆的廣告費帳單。我們不必買報紙的版面，也不必支付郵費，所以有時候交互推廣又被稱為「窮人的直接郵件」，它實在很值得取這樣的名稱，因為它可以為商人帶來任何事物，但除了「貧窮」以外。依吾人之見，交互推廣的確是大眾媒體很好的代替品，它將可以幫助我們走過這個世紀。

有一家名為鸚鵡螺的健康中心試行了我們的交互推廣方法。這家中心有兩種會員：包

括三百元會費的年會會員，也有只交少許會費，即可進入三次的特別預備會員。後者推行的目的，是讓有興趣的外人先嘗試看看。該中心認為，只要肯進來試一試，他們就很有可能成為中心的經常會員。

爲了籌備這項交互推廣的做法，鸚鵡螺的經理造訪了一家網球俱樂部的老闆。見面之後經理先自我介紹，接著他開始說明鸚鵡螺的活動對打網球者的好處。他拿出一篇雜誌刊載的文章給老闆看，上面說很多網壇名將都是藉著鸚鵡螺提供的活動，而免除了網球肘的毛病，並且因而增加了發球的威力。

然後他又告訴老闆：「我們願意提供您的俱樂部，一些特別預備會員的半價折扣券。您可以將它們分送給您的會員，當作一種額外的優惠，以及感謝他們繳交會費的特別贈品。」同時，拿出一張以前提供給別家俱樂部的折價券給老闆看（圖A），將來提供給這家的也會類似這樣子。俱樂部老闆對他的建議大感興趣，但是他的心中還有一個疑問：「這個構想要花上多少錢？」

「這就是本項計畫最棒的一點！」鸚鵡螺經理回答說，「您不需要花一毛錢，印刷和紙張都由我們負責。」

老闆聽了興奮極了，雙方達成協議。這家網球俱樂部每月都會對一千位會員各發出一份新聞通訊，老闆同意從下月起，就在寄通訊的信封裡夾上這種折價券。另外，由於老闆

**For Our Members...
Discover Nautilus**

- 避免網球肘
- 增進發球威力
- 發展更多的活力
- 增加全身的力量
- 更大的柔韌度
- 控制體重



(圖 A)

SAVE 50%

照鸚鵡螺預備會員的正常價格打折，
您可以節省9.75美元。



All Sports Fitness Center

3602 S. Calhoun (Across from South Side H.S.)
456-1956

ONLY ONE COUPON PER PERSON EXPIRES 5/31/81

USE THIS VALUABLE COUPON TODAY!

NAUTILUS IS USED BY ARTHUR ASHE, BILLIE JEAN KING, CHRIS EVERT LLOYD. NOW YOU CAN TOO!



◀ 你必須瞭解你的服務區域。

免費入場證

(圖 B)

**ALL SPORTS
NAUTILUS FITNESS CENTER**



持有本證可免費入場三次

授權發證人 _____

有效期限至 ____ 年 ____ 月 ____ 日

3602 SOUTH CALHOUN (Across from South Side) • (219) 456-1956
OPEN SIX DAYS A WEEK • CALL FOR AN APPOINTMENT