

中国公共关系协会
中小企业国际合作促进会
联合郑重推荐

广告赞助 手册

张春健 ■ 著

实战

■ 广告赞助行业经典培训教材

中国工人出版社

中国公共关系协会
中小企业国际合作促进会
联合郑重推荐

GUANGGAO ZANZHU
SHIZHANSHOUCE

广告赞助 手册

张春健 ■ 著

实战

中国工人出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广告赞助实战手册/张春健著. —北京: 中国工人出版社, 2004.1

ISBN 7-5008-3192-7

I. 广… II. 张… III. 广告一般知识 IV. F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 102876 号

出版发行: 中国工人出版社

地 址: 北京鼓楼外大街 45 号

邮 编: 100011

电 话: (010) 82075964 (编辑室) 62005038 (传真)

发行热线: (010) 62005049 62005042

网 址: <http://www.wp-china.com>

经 销: 新华书店

印 刷: 北京法大印刷厂

版 次: 2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 880 毫米 × 1230 毫米 1/32 开本

字 数: 200 千字

印 张: 10

定 价: 22.00 元

书 号: ISBN 7-5008-3192-7/C.260

版权所有 侵权必究

印装错误可随时退换

序 言

为你的成功缩短距离

张维新

春健是我的好朋友,他约我写序,我毫不犹豫地答应了。因为我知道,他的书跟他的人一样,是有品质保证的。

《广告赞助实战手册》一书,整部书稿我都看过,我知道春健是沿着自己的生命轨迹,用热血和真实生命来写作的,书中的每一个字眼都渗透着春健的心血以及酸甜苦辣。

本书以轻松、细腻的笔触再现了张春健真实的工作过程。它有很强的可读性、可用性。可读性表现在文字轻松活泼,内容有血有肉,让人备感亲切可信;可用性表现在案例真实丰富,方法与技巧又是作者本人亲自使用验证之后确实有效的。书中还介绍了许多新颖的行销观念和技巧,同时,还公布了一些鲜为人知的国内外著名的广告营销案例,资料详实丰富,让人耳目一新。

这本书对于广告人而言,是一本献给中国 AE 和广告人的工作指南,它就像是一本手机说明书,只要按照说明书去使用,众多的问题都可以迎刃而解了。这本书阐述了广告赞助的众多方法,甚至是核心秘诀,书中充满了智慧、充满了意想不到的策略。它为广告赞助业的良好发展树立了工作典范。

春健对于这本书的定位是为广告人指点迷津,为广告人点拨公关玄机,为广告人提供锦囊妙计。我想他是言行一致的。





当你手捧此书,心里一定在想:“这本书到底好不好?对我有没有帮助?我要不要买?”你不用急着做决定,你只需多看一分钟,就会做出正确的判断。因为**这里所凝聚的智慧、经验,是一种价值的重现。它像是一位良师益友,告诉你哪些是正确的,哪些是错误的,哪些该做,哪些不该做。它做的最重要的一件事,就是为你的成功缩短距离。**

春健是一位有智慧、有理想的人,更难能可贵的是,他以空怀的心态、谦虚的胸怀一直在攀登着人生的一个又一个高峰。

拉广告赞助是一门高明的艺术,它涉及到推销学、心理学、社会学、谈判学、广告学、人际关系学等等。

拉广告赞助与推销普通产品不同。推销的产品,是一种看得见摸得着的东西,拉广告赞助卖给别人的只是一个方案,一个操作者造的梦。推销是艰难的,那么,拉广赞助就更为艰难了,它是对于一个人的心态、敏锐度、专业知识、能力等各方面素质的综合考验。所以,在广告赞助领域里能够占有一席之地,而且卓有建树,是相当不容易的。

成功是每个人内心最本质的渴求,成功永远是件好事。只要是正面的积极的。但从本质上看,每个人的成功又都不是一样的。有些成功只是在满足一己之私,有些成功却是在贡献国家、服务社会,这才是高境界的成功。我想,春健的成功应该是后者,即使现在不是,至少他已在这条道路上走着。

成功的人不是在所有事情上都比别人优秀很多,而只是在某些方面比别人优秀一点点。这关键的一点点就造成了人与人之间巨大的差距。每个人在自己的事业生命里都会遇到一些“瓶颈”,能够突破瓶颈,迈向巅峰的人少之又少,大部分的人都在瓶颈以下徘徊,这就是所谓的“金字塔”原理。

一个人要成功,努力是必不可少的,但真正促使你走向成功



或成为某一领域的权威,是需要创意的。你成功的方向需要创意;你追求成功的方法需要创意;你享受成功的方式也需要创意。创意就是70%的模仿加30%的创新。100%的模仿没有生命力,100%的创新风险太大。如何拿捏,需要智慧。

我想,春健是深谙此道的。

春健仍然活跃于广告赞助业和教育培训的舞台上,他仍然以谦虚的心态去学习,以严谨的态度去追求更广阔的事业和人生。

我想,那时,摆在大家面前的书又是另一番境界了。

愿春健一路走好。

中国公共关系协会副主席
中小企业国际合作促进会理事长



2004年1月写于北京



目 录

序言 为你的成功缩短距离 /1

前言 /1

第一篇

拉广告赞助的方法与步骤

第一章 不打无准备之战——战前准备 /2

一、战前准备的重要性 /2

二、你有一份全面详细的客户名录吗? /3

1. 你的客户在哪里? /4

2. 寻找客户的方法 /4

3. 如何了解你的客户? /7

三、你会说一套具有磁性的台词吗? /9

四、你准备了一套快速攻关的道具吗? /10

1. 一张富有吸引力的名片 /10

2. 一台展示资料的笔记本电脑 /12

3. 一枝钢笔和圆珠笔及其他 /13

4. 确定好拜访客户的路线 /13

第二章 面谈前的热身运动——如何接近客户 /15

一、潜在客户联系的方法 /15

二、如何电话约见客户 /16

1. 为什么要电话约见客户? /16

2. 电话约见的一般模式 /16

3. 为什么约而不见? /17

三、如何提高电话约见的命中率 /18

1. 直接与拍板人约见 /18

2. 时间要短,内容含糊 /19

3. 语言简明,充满激情 /19

四、几套遭到拒绝的应对话术 /20

五、如何过关斩将见一把手 /22

1. 显得与老总很亲近 /22

2. 巧借他人帮个忙 /23

3. “好吧,我这就进来谈。” /25

4. 借呈一封亲笔信 /25

5. 把难题推给老总 /25

6. 每次扑空留个条 /26

7. 多跑几趟有技巧 /26

第三章 赢得客户同意的沟通技巧——如何面谈 /28

一、给对方一个好印象:三三三法则 /28

二、说一套扣人心弦的开场白 /30

三、沟通中的“听、问、答”优化组合 /35

1. 如何“听” /35

2. 怎样“问” /36

- 3. 巧妙“答” /39
- 四、面谈中笑的战术运用 /40
- 五、借力发力的面谈策略 /42
- 六、诱使对方多说的好办法 /42
- 七、说出不同意见的妙招 /44
 - 1. 站在对方角度,为对方考虑 /45
 - 2. 不要说“但是”、“不过”一类的词 /46
 - 3. 借别人口说出来 /46
 - 4. “夹心面包法” /47
 - 5. 假装不好意思说出来 /47
- 八、递交赞助方案的技巧 /48
- 第四章 化危机为商机——如何面对异议和拒绝 /50**
 - 一、面对异议该怎么办? /50
 - 1. 要有正确心态 /50
 - 2. 利用异议,进一步沟通 /51
 - 3. 如何消灭异议 /51
 - 4. 不同问题,不同处理 /51
 - 二、他为什么拒绝你 /52
 - 1. 项目的原因 /52
 - 2. 你的原因 /52
 - 三、如何突破客户常见的问题 /53
 - 1. “让我再考虑一下。” /53
 - 2. “不需要,暂时还没有这种想法。” /53
 - 3. “没有钱,没预算。” /54
 - 四、妥善解决异议的办法 /54

1. 强调共同点 /54
2. 难点放在最后谈 /55
- 五、如何回答措手不及的问题 /56
- 六、应对拒绝的高级技巧 /57
- 七、面对“逐客令”怎么办? /58

第五章 成交凌驾一切——如何签约成交 /60

- 一、如何捕捉签约信号 /60
 1. 询问内容 /61
 2. 动作表情 /61
- 二、成交来自于促单 /61
- 三、如何踢好临门一脚 /63
- 四、赞助协议应有哪些内容 /64
 1. 赞助身份 /65
 2. 赞助金额 /65
 3. 冠名权 /65
 4. 电视曝光部分 /65
 5. 公关与媒体曝光部分 /65
 6. 大会标志使用权 /65
 7. 标识使用权 /65
 8. 礼遇权 /65
 9. 定点促销活动 /66
 10. 法律归属 /66
 11. 未来选择权 /66
- 五、客户突然变卦怎么办? /66
 1. 不要埋怨客户 /66

2. 让他执行协议 /67

六、不容忽视的问题 /67

七、转败为胜的再访术——如何再访

曾拒绝你的客户 /69

1. 妙用问候函 /69

2. 下决心直接再访 /69

3. 与他上司或好友同去 /70

4. “点软肋、打七寸” /70

5. 久攻不下怎么办? /70

第六章 百分之百的收款要诀——如何收款回笼 /71

一、成交不是一夜激情 /71

二、收款注意事项 /72

1. 请款单的处理方式 /72

2. 收款前的注意事项 /72

三、为什么拖着不付款 /73

1. 对方的原因 /73

2. 我方的原因 /73

四、电话催款七步曲 /74

1. 介绍身份 /74

2. 让他说话 /74

3. 说明真相 /75

4. 注意倾听 /75

5. 接受抱怨 /75

6. 请他付款 /75

7. 表示致谢 /75

五、当面收款话术 /75

六、欠款久结不清怎么办? /77

第二篇

超级业务员内功修炼

——如何成为拉广告赞助高手

第一章 重新认识自我 /80

一、我是最棒的 /80

二、最大的敌人是自己 /82

三、陌生人和我差不多 /84

第二章 金牌业务员战无不胜的成功心态 /86

一、学习的心态——通向未来的护照 /86

1. 怎么学? /86

2. 学什么? /87

二、形象的心态——走向成功的通行证 /89

三、宽容的心态——梳理人际关系的润滑剂 /90

四、平常的心态——失败与成功的跷跷板 /92

五、乐观的心态——幸福人生的超级秘诀 /94

1. 商场上的“三宝” /94

2. 不要让“苦瓜脸”变成长相 /94

3. 撕掉“假面具” /95

六、积极的心态——把握人生命运的金钥匙 /97

七、付出的心态——事业成功的基本保证 /98

八、坚持的心态——突破自我的心理支柱 /101

九、坚忍不拔,直到成功 /102

第三章 善于自我管理——业务员如何加强管理 /106

一、目标管理——成功的导航图 /106

1. 如何选定目标 /106

2. 特别提示 /108

二、时间管理——效率的金钥匙 /109

1. 给时间算账 /109

2. 如何发挥时间的魔力 /110

三、行为管理——结果的加速器 /112

1. 如何控制自己情绪 /112

2. 自律自己,成功才有保障 /116

3. 把知道、想到的变成做到 /117

第四章 主动自我推销——如何快速推销自己 /118

一、包装塑造自我形象 /118

1. 由内而外,塑造成功者形象 /119

2. 利用道具,提升自我品牌 /119

3. 精彩自我介绍,迅速展示自我形象 /120

二、随时随地为自己宣传 /121

1. 频繁亮相,多报名字 /121

2. 敢于超前一步夸张宣传自己 /122

三、巧妙扩大自己知名度 /123

四、提高自己身份的妙招 /124

1. 置身高层,身份自高 /125

- 2. 借他人之势, 提高自己身份 /126
- 五、借冕播誉, 为自己打广告 /127
 - 1. 利用一切可趁之机, 做媒体免费广告 /128
 - 2. 制造新闻卖点, 引来媒体做免费广告 /130
- 六、自我推销案例观察 /135

第三篇 金牌业务员的素质

第一章 金牌业务员应具备的十二个优秀素质 /139

- 一、活动力 /139
- 二、勤勉 /139
- 三、专心 /139
- 四、体谅 /140
- 五、勇气 /140
- 六、关怀 /140
- 七、计划 /140
- 八、良好态度 /142
- 九、开放的心灵 /142
- 十、健康 /142
- 十一、有益的嗜好 /143
- 十二、具备专业知识与技巧 /143

第二章 广告业务员平时该做什么 /146

- 一、充分收集客户信息 /146

二、掌握客户新动向 /147

三、搜集效果反馈 /148

第三章 拉广告要认真修炼的四步功 /149

一、腿勤、嘴勤 /149

二、手巧、心灵 /149

第四章 广告业务员如何自我心理保健 /151

一、换位平衡法 /152

二、心境转移法 /152

三、事业激励法 /153

第四篇

让客户跟你走的秘笈

第一章 如何争取新客户 /156

一、顺势发展,寻找新客户 /156

二、从不称职的广告公司手中争取客户 /156

三、有目标地主动上门,承揽广告业务 /157

第二章 如何巩固老客户 /158

第三章 开发客户的九大策略 /160

一、先做好公司的牌子,再卖别人的产品 /160

二、在公司树立一个业界权威,作为品牌代言人 /161

- 三、把每个 AE 培养成市场营销专家和沟通大师 /161
- 四、做好到手的客户,建立口碑和回头率 /162
- 五、城有所不攻,客户有所不为 /162
- 六、借用四大媒体加强自身宣传,让客户“自投罗网” /162
- 七、与媒体搞好关系,自夸不如人赞 /163
- 八、明了竞争对手状况,做到知己知彼,兵出必胜 /163
- 九、总结各行业广告投放规律,按规律开发客户 /164

第四章 做好 AE 的九大秘笈 /165

- 秘笈一:第一句话的杀伤力 /166
- 秘笈二:30 秒消除陌生感 /167
- 秘笈三:60 秒打动客户 /167
- 秘笈四:第一时间提出实质性建议 /167
- 秘笈五:多提意见,少讲好话 /168
- 秘笈六:不要出现太多的专业名词 /168
- 秘笈七:尊重并赞美同行 /168
- 秘笈八:把握谈话的 3:7 原则 /169
- 秘笈九:向客户说不 /169

第五篇

各行业拉广告赞助成功之道

第一章 大学生如何拉赞助 /171

- 一、没有关系和基础怎么办? /171
- 二、暑期前联系好调研单位 /172

三、认准对象、找准需求 /173

第二章 艺术团体如何找到商业赞助 /177

一、筹款经理要练得一身铜皮铁骨 /177

二、商业赞助 = 商业交易 /177

三、众里寻她——教你如何走近她 /178

四、约会——走向成功的第一步 /178

五、怎样进一步引起对方的兴趣 /179

六、撰写量身订做的计划书 /180

1. 理念清晰 /180

2. 准备十足 /180

3. 内容引人 /180

4. 手法清晰 /181

5. 不容有失 /181

七、天有不测之风云——怎样应变? /181

八、对方说一句“不”，你就打道回府? /182

九、“我们没有熟人，怎么办?” /182

十、要赞助的理由一大堆 /183

第三章 报业如何创新，吸引广告客源 /184

一、广告刊出式样要创新 /184

二、广告服务形式要延伸 /185

三、广告覆盖面要立体化和区域化 /186

四、广告定价和计费方式要灵活化、多元化 /188

五、《B报》广告直线上升的秘密 /190