

怎樣做 最有效的廣告

從廣告的構思、創意激盪、市場區隔、效果分析到製作方法，
以及廣告公司的職權分配與運作情形，
本書充分提供了秘訣與技巧。

ADVERTISING MADE EASY

Sasan Sewell 著 王玉環 譯

期限表

下列最后之日期本书必须归还

2007年 3月 22日

2007年 4月 24日

2007年 6月 11日

2007年 9月 20日

做廣告

ADVERTISING MADE EASY

Sasan Sewell 著 王玉璋 譯

怎樣做最有效的廣告／Susan Sewell作；王玉璋譯。-- 初版。--臺北市：方智，民83
面； 公分。--(新商戰；1)
譯自Advertising made easy
ISBN 957-679-186-3 (平裝)

1.廣告

497

83007607

ISBN 957-679-186-3

版權所有・翻印必究

方智出版社
FINE PRESS

◎新商戰①
怎樣做最有效的廣告

●定價 150 元

作者／Susan Sewell

譯者／王玉璋

發行人／曹又方

出版者／方智出版社

地址／台北市南京東路四段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／林秀禎

美術編輯／林品君

原書名／Advertising Made Easy

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83年9月初版

Copyright © 1990 by Tern Enterprises, Inc.

Chinese language publishing rights arranged with

Price Stern Sloan, Inc.

through Bardon-Chinese Media Agency Inc.

楊敬年 譯

NT 160

美麗的工作新世界

本書預測未來職業生涯和工作型態，
讓你在變革的浪潮中掌握機先，獨占
鰲頭。

貢群秋 譯

NT 150

平凡人的絕妙機會

誰說成功只屬於天生非凡的人？
本書將告訴你，如何運用最普通的常識，
通往成功，所向無敵！

曾仕強 著

NT 150

如何在 36 歲以前成功

掌握正確的生涯規劃，就是成功的一
半。請看書中「成功十力」。

張潔德 編

NT 140

我的工作哲學

50 位台灣傑出領導人的工作哲學，提
供親身經驗與你分享。

劉文哲等 譯

NT 150

成功進行式 14 則

在你真的想成功，真的去努力之前，
還應該知道什麼是該做的事。

高承志等 譯

NT 130

高效率會議必備手冊

本書內容豐富，能滿足各企業體與管
理階層的需求，也是力爭上游者的必
備之書。

王聯祖・王俊明 譯

NT 130

最有效的人際關係銷售法

指出最新的行銷觀念，以及如何爭取
顧客信任和挫敗競爭對手的技巧。

魏長青等 譯

NT 140

50 種說話的技巧

本書提出 50 種實際有效的說話方
式，使你重新塑造你的說話習慣，成
為一個說話專家。

郭秀琪 譯

NT 220

家庭辦公室

一種工作與生活結合的新趨勢。

本書專業、實用地教你一步一步規劃自己的家庭辦公室，幫助你想出新點子迎接新生活。

劉岩 譯

NT 170

企業變革的力量

內容講述組織裏一個生氣勃勃的機動小組——「特別工作組」，對於企業具有變革的力量及影響力，是一本各級管理人員不可或缺的重要手冊。

張國敬 譯

NT 150

新商魂

你可知道美國 500 大企業的經理級人士成功的祕訣是什麼？

一股全新的商業潮流正在席捲全球。

陳衛明 譯

NT 150

不必上班的賺錢法

九〇年代是個享受生活、追求品質的新時代，你是否想打破成規，不上班又能賺錢？

本書以豐富的點子和實用的步驟，帶領你逐步完成你的夢想藍圖！

胡慧如 譯

NT 160

職場厚黑學

火爆主管、雙面上司、脫線同事、完美主義者、黃箭牌……

對付這些職場災星，全都有降伏祕訣，你再也不用害怕了。

祝振華 著

NT 150

速成妙公關

幽默風趣，精簡扼要，幫助你在最短時間內，掌握公關訣竅，成為一流公關人。

◎社會大學系列◎

- | | | |
|-----|----------------------|------|
| 001 | 生命中不可錯過的智慧／林美卿譯 | 120元 |
| 002 | 做個100%獨立自主的女人／方智編譯小組 | 120元 |
| 003 | 計劃成功的人生／方智編譯小組 | 120元 |
| 005 | 栽培妳自己／吳娟瑜著 | 170元 |
| 007 | 直銷成功十四章／陳慧珍譯 | 140元 |
| 008 | 超越自己的50個方法／曾美莉譯 | 130元 |
| 009 | 平凡事物中的不凡思想／卓惇慧譯 | 120元 |
| 011 | 改善業務的50個方法／陳慧珍譯 | 130元 |
| 012 | 領導統御的50個方法／沈曼雯譯 | 140元 |
| 013 | 你可以說的更好／三毛等著 | 150元 |
| 014 | 瞬間識人法／沈曼雯譯 | 120元 |
| 015 | 中國人，你心裡在想什麼？／曾仕強著 | 130元 |
| 016 | 寫給成人看的偉人傳／黃盛璘譯 | 130元 |
| 017 | 登上老闆寶座／謝美珠譯 | 130元 |
| 018 | 辦公室情報／沈靜著 | 150元 |
| 019 | 解決公司問題的50個方法／方智編譯小組 | 150元 |
| 020 | 自我充電／鄭凱譯 | 150元 |
| 021 | 企管碩士無師自通／李平章譯 | 120元 |
| 022 | 致富十二法則／馬勵譯 | 120元 |
| 023 | 成講話隊形集合／祝振華著 | 150元 |
| 026 | 塑造成功的自我／曉玉譯 | 120元 |
| 027 | 贏在第一線／何林榮譯 | 190元 |
| 028 | 上台說話十步驟／丁躍華譯 | 170元 |
| 029 | 商場自我啓發200／孫元譯 | 180元 |
| 032 | 十三種有效的動腦術／趙修建譯 | 120元 |
| 033 | 如竹握趨勢／朱福華譯 | 130元 |
| 037 | 現代男子必備的條件／吳欣譯 | 130元 |
| 038 | 美麗的工作新世界／楊敬年譯 | 150元 |
| 040 | 奪標／蘇丁譯 | 170元 |
| 042 | 老闆魅力學／曾仕強著 | 140元 |
| 043 | 國外企業家的成功秘訣／郭志軍編 | 150元 |
| 044 | 名牌致勝術／徐德志編 | 150元 |

045	如何在36歲以前成功／曾仕強著	150元
047	家庭辦公室／郭秀琪譯	220元
048	我的工作哲學／張潔德編	140元
051	樹立成功形象的秘訣／孫玉榮譯	130元
052	成功進行式十四則／劉文哲譯	150元
053	高效率會議必備手冊／高承志譯	130元
054	如何培養決策的能力與魄力／黃一濱譯	130元
055	最有效的人際關係銷售法／王俊民譯	130元
056	當代經商135招／馬誠譯	180元
057	傾聽的技巧／韓進水編	130元
058	辦公室的人際關係／劉俊岐編	140元
059	創造完美的第一印象128招／梅陌森編	140元
060	怎樣和日本人做生意／朱欣民譯	180元
061	50種說話的技巧／黃楨壽等譯	140元
062	如何致富與永保富有／陳達生譯	130元
063	突破商場十大成規／張淵生等譯	140元
064	錢從這裡開始／王丁譯	140元
065	199種浪費時間的情況及如何避免／馮宏友譯	150元
066	21世紀決策要訣／向萍譯	150元
067	讀三國識人才／孫寶義著	190元
068	找一份理想工作的76個訣竅／黃倫鴻等譯	180元
069	不必上班的賺錢法／陳衛明譯	150元
070	100種談判致勝的秘訣／馬誠譯	190元
071	平凡人的絕妙機會／黃群秋譯	150元

前 言

有人說：「一種文化的價值，反映在它的廣告裏。」

美國在雷根時代，愛國主義風靡一時，凡標榜「美國製造」或「美國的命脈」之類的宣傳廣告，都大獲全勝。與此同時，當龐大的集團公司合併成風之際，像美國電信電話公司(AT&T)所做的「分享死亡」的廣告，表達了工人們對選錯電話系統的擔心，反映出雇員們對工作疏忽的恐懼。

在美國，廣告也被視為最動人、最具魅力的行業之一。艾爾弗雷德·希契科克(Alfred Hitchcock，英國電影製片商)把廣告作為卡萊·葛倫(Cary Grant，英國出生的美國演員)在電影《北西北》(North by Northwest)中所從事的職業。在轟動一時的電視劇《三十而立》(thirtysomething)中，現代雅痞的代言人邁可和艾里亞特也從事廣告業。六〇年代頗受歡迎的電視劇《著魔》(Bewitched)，劇中的

主人公，就是一個名叫達林的廣告商。

然而，廣告業卻命運多舛、滿布荊棘。因為在廣告業日益蓬勃的今天，快速的節奏總使得製作者不得不今天匆匆忙忙把東西趕出來，第二天就播放。客戶們面對日益劇烈的競爭和越來越緊縮的廣告預算，對他們的廣告公司的要求也越來越多。有時甚至多到不合理的程度。

過去多年來，客戶與廣告商彼此信任、關係密切，現在客戶改換門庭的現象趨於普遍，並且跳槽十分頻繁。這給有關的廣告公司帶來嚴重的惡果：就業機會減少，公司聲譽下降，難以吸引新的客戶。

廣告公司的合併，產生了龐大的廣告和以廣告業為主業的通訊公司，於是也改變了廣告業的經營方式。這樣一來，就業機會減少了，客戶也開始擔心，為他們提供服務的聯合大企業，關心的只是純經濟效益，而不把製作的廣告放在心上。實際上，在美國，獨立的大廣告公司已不復存在，許多人認為這是件憾事。

儘管廣告業出現這些變化，但仍不失為一個使人神魂顛倒的行業。它聚集的都

是有識之士和真正的人才。正如一位具有「創造力」的人士，在加入紐約一家以別出心裁而著稱的廣告公司之後，開玩笑地說：「人們說這家廣告公司就是一個大家庭，我還不知道他們說的就是曼森家族（Manson family）。」

《怎樣做最有效的廣告》是一本短小精悍、簡明易懂的廣告教材。

第一章「使廣告令人難以忘懷的秘訣」，是根據某銷售調研公司所做「電視廣告調查測試」中所選出的最知名最成功的廣告，再加以分析、討論的。內容包括廣告業者如何才能榜上有名？又如何才能在名單上長居不墜？本章還對過去的一些最受歡迎、也最具爭議性的廣告進行了分析，例如阿爾卡·塞爾策（Alka Seltzer）以新婚夫婦為主題製作的幽默廣告，以及為福斯汽車公司製作的「往小處著想」的頗有新意的印刷廣告。

第二章所描述的「現今廣告業的衆生相」，剖析了每天都炮製出影響著千百萬美國人的口號和形象的廣告公司。其中有頗富傳奇色彩的奧美廣告公司。創辦人是大衛·奧格威。他對製作好廣告，有自己的獨特見解。例如，他認為黑底不能配白

字，因為「讀起來太費力」。他和李奧·貝納是廣告業傳統精神的象徵，因為貝納及其公司創造了「萬寶路人」、「老虎托尼」和許多惹人喜愛的美國廣告活動。

廣告界新湧現的頗具影響力的人物有：上奇兄弟、查理和莫里斯以及馬丁·索雷爾（Martin Sorrell）。索雷爾是WPP集團的所有人，他們不以創作上的新意為人所稱道，而是以生財有道聞名遐邇，並且夢想成為環球帝國。

如果只有一個因素能區隔出某廣告公司與其他廣告公司不同的精神的話，那就是該公司擁有獨特的「創造性」。那些能創造出令人眼花撩亂的廣告，並且持之以恆的廣告公司，就是所謂的「熱門廣告公司」。

第三章「熱門廣告公司」詳細研究了恰特／戴、哈爾·賴尼合股公司、法倫·麥克利戈特，以及其他一些廣告公司，看看它們與美國其他千百家廣告公司有何不同之處。

第四章「何謂客戶」則研究了美國各大客戶，以及客戶的廣告部門是如何運作和使廣告主製作出最好的廣告。

到底廣告公司是如何運作的呢？第五章「如何經營廣告公司」則是通過剖析一個典型廣告公司的內部結構，詳細研究了廣告A E、文案、藝術指導、媒體策劃人和製管部門所有的職責。這裏特別要提到的是神秘的媒體購買世界，廣告公司的媒體策劃人和購買人在這個範疇裏，必須從錯綜複雜的大量廣告方式中進行選擇，把客戶的訊息傳達給合適的閱聽者。

第六章談的是所謂的「選擇性廣告」。隨著卡式錄放影機、有線電視和其他許多與「三大」電視網的競爭者的出現，以廣大觀眾為對象的廣告，已不像從前那樣是具有無比威力的銷售工具，特別是對於預算少的廣告公司來說更是如此。做廣告的人通過郵寄DM和店內促銷的方式，更加有的放矢，能更有效地接觸到視聽大眾。「廣告的真實性」並不是經常可以達到的目標。實際上，許多人都害怕他們所看到的是受了不良影響的不實廣告。並且必須承認，他們普遍對廣告業的看法並不認同。

第七章談的是政府部門、私人消費者團體是如何「治理」和監督廣告，以確保

廣告中所講的名副其實。

瞭解廣告業如何經營的最好方法是觀察其實際操作情形。《怎樣做最有效的廣告》以一整章的篇幅，深入研究了幾個「案例」，說明了對廣告界各個方面來說三個迥然不同，且又十分重要的教訓：

「漢堡王」，在經營快餐業僅次於麥當勞多年之後，於七〇年代以「烤的，不是煎的」一句宣傳口號，開始發展壯大，成為漢堡界巨頭。但是初見成功之後，漢堡王改換了廣告公司，大幅度進行人事更迭，走馬燈似地撤換銷售部主任和各部門主要負責人。後來，公司損失慘重，甚至危及到它在速食業排名第二的地位。

「百事可樂」同樣排名在可口可樂之後，位居第二。但是，百事可樂一直堅持用同一家廣告公司，並持續運用幾乎沿用了二十年的市場行銷構思：「百事可樂的一代」。這持續多年的「可樂大戰」，對廣告和行銷工作來說同樣是驚心動魄。「新可樂」的失敗和百事可樂是如何將可樂改變配方一事，使其在推銷和廣告方面成為真正優勢的一方，都是這一章所要探討的重點。

菲利普·莫里斯也是一家深諳堅持使用同一廣告詞的廣告公司。

第十章「萬寶路：出售美國牛仔」探討了這家公司如何接管一種倒了牌子的女性香煙：「萬寶路」，並把它變成世界上最受歡迎的名牌。

第十一章解答了與求職有關的重要問題：學位有用嗎？當祕書的有機會獲得晉升嗎？你可以擁有什麼樣的待遇？

你想進入廣告業嗎？還是只想涉足一下，多瞭解些情況呢？還是你對這一行迷上了，想知道廣告是怎麼一回事？本書中的行家之言和實踐參考，恰恰是你想瞭解這一迷人行業所需要的。如果你願投身這一事業，想要飛黃騰達的話，這就更是一本你求之不得的書了。

目錄

前言 001

第一章 廣告令人難以忘懷的祕訣 011

第二章 現今廣告業的衆生相 029

第三章 熱門廣告公司 045

第四章 何謂客戶 055

第五章 如何經營廣告公司 067

第六章	選擇性廣告	095
第七章	廣告的真實性	111
第八章	漢堡王：做廣告的艱辛	123
第九章	可樂大戰	135
第十章	萬寶路：出售美國牛仔	157
第十一章	那麼，你想涉足廣告業了？	165