

美丽の坚持

TCGG天成龙行广告新主张

主编：王雨农

吉林文史出版社

Truth 真实
Cordlality 热诚
Gaily 快活
Gain 获得

美丽^の坚持

TCGG 天成龙行广告新主张

主编：王雨农

吉林文史出版社

Truth
真实

Cordlality
热诚

Gaily
快活

Gain
获得

目 录

前言

我们在枯燥的循环里学会了美丽的坚持 6

TCGG 广告运行认识观

关于广告定义 18

关于品牌 21

关于促销 25

关于广告运行 29

情感回应与品质沦丧 30

营销从快乐开始 37

TCGG 的管理语言 46

杀鸡用牛刀。TCGG 捕捉新闻眼的传播功效

海尔光芒与第三只眼 102

真爱飘扬 109

顺民心者赢市场 118

金港空调打破 2002 空调市场冷漠神话 124

金港空调 中国空调业的一匹黑马 133

TCGG 蓝色营销档案

理性的延伸 让爱去说话 146

信念的旗 152

街上流行海尔蓝 165

金港空调“2002 零点突围”策划手记 172

反响与感应

有多少情感可以启封? 197

红翅马飞起来 201

红色履历

TCGG EVENT 行销案策划实施经典回顾 206

广告运行真体验

感悟知识力 众说纷纭话感知 220

广告投放策略的模式延展 236

浅谈广告人所做到的 239

让广告看起来更精彩 241

触摸灵动的媒介 244

理性思维决定出路 248

爱你无语

蔚蓝心路 254

心如雨滴 257

独自享受 260

岁月有痕 261

浴火的我 262

中国大陸第一本真实解构广告公司运程的书

美丽の坚持

TCGG 天成龙行广告新主张

主编：王雨农

吉林文史出版社

Truth
真实

Cordlality
热诚

Gaily
快活

Gain
获得

目 录

前言

我们在枯燥的循环里学会了美丽的坚持 6

TCGG 广告运行认识观

关于广告定义 18

关于品牌 21

关于促销 25

关于广告运行 29

情感回应与品质沦丧 30

营销从快乐开始 37

TCGG 的管理语言 46

杀鸡用牛刀。TCGG 捕捉新闻眼的传播功效

海尔光芒与第三只眼 102

真爱飘扬 109

顺民心者赢市场 118

金港空调打破 2002 空调市场冷漠神话 124

金港空调 中国空调业的一匹黑马 133

TCGG 蓝色营销档案

理性的延伸 让爱去说话 146

信念的旗 152

街上流行海尔蓝 165

金港空调“2002 零点突围”策划手记 172

反响与感应

有多少情感可以启封? 197

红翅马飞起来 201

红色履历

TCGG EVENT 行销案策划实施经典回顾 206

广告运行真体验

感悟知识力 众说纷纭话感知 220

广告投放策略的模式延展 236

浅谈广告人所做到的 239

让广告看起来更精彩 241

触摸灵动的媒介 244

理性思维决定出路 248

爱你无语

蔚蓝心路 254

心如雨滴 257

独自享受 260

岁月有痕 261

浴火的我 262

也作前言

我们在枯燥的循环里学会了——

美丽的坚持

文 / 王雨农



我们在枯燥的循环里 学会了美丽的坚持

(一个广告人的心路日记)

如 鸟 般 的 吟 唱

森林长出来了
太阳高高挂着
月亮升起来了
星星开始闪烁
风雨泥泞走过耶
青春绽放满天焰火
祖先曾经也说过
成功要用爱来解说

眼泪脸上挂着
因为我们哭过
一言九鼎做了
承诺贵在执着
信念勇气不舍耶

我们习惯风中放歌

多少日子会悄悄走过

回首我们已成传说——

天成龙行人说,公司七周年就要到了,该为天成龙行写一首歌了。岁月如歌,一不小心踏入广告行列,心绪每时每刻都在陨落与升浮。日子就这样在指缝间悄悄滑落,真要拿起笔来写属于我们的一种生活与一种心情,却无从下笔。

忙活完了手头上广告主的一个案子,回到家里已是深夜,坐在写字台前,总觉纷杂的情愫缭绕心头,我忽然发觉,我们这类人该属于暗夜。我拿起笔,我听到了清脆的鸟的吟唱,我渐渐走进一片浩淼的潮湿的森林,月亮悬在树梢上轻轻地摇曳,熟悉着仿佛来过,那是我的月亮森林,我找到了一个广告人走过的足迹。十分钟后,我留下文章前面算作诗歌的那些文字,稍作润色后,我简直不敢相信,面对那些文字我竟能轻轻吟唱,其实我并不会谱曲。

第二天上班的时候,将电话打给时任交通文艺台台长的罗春雷先生,他是我的一位好友,我说,我写了一首歌叫《美丽的坚持》,我唱给你听。我用几分钟的时间在电话这头将这首歌唱完,电话那头没了动静,我说怎么样,专家?罗台半天没吱声,我急了,我说管它怎样,也该有个回声。罗台说,你把声音录进磁带里,我再找个音乐人帮你完成 MD。后来坐在一起的日子,罗台说,他当时听了我的吟唱,眼睛开始湿润,他说他的眼前浮现出一个本土的准广告人向他慢慢走近,那是一些多么坚强和不屈的印迹……

如 歌 的 行 板

有些事情看来似乎很久远,但由于完成那些事情的过程刻下深深的印迹,现在想来,仍然历历在目。4年前,我与客户部及市场调查部的两名同事前去 A 市场参加全国性的广告代理竞标会,我们坐了两天两夜的火车到达 A 市时,天下起了小雨,那是个深秋,街上枯黄的落叶如老去的蝴蝶再也伸展不开漂亮的翅膀。天,有些凉,我们站在异乡深秋的街上进行着信念的延续。阿强生怕那两大捆资料被雨水打湿,干脆脱下上衣将资料紧紧裹住,已穿羊绒衫的市民用异样的目光进行无休止地丈量有些怪异的不速之客。

竞标会选在一家五星级豪华的宾馆举行,竞标会的一个重要事项是就广告主的一个新产品进行市场延展性的推广陈述切实合理性策案。那次参加竞标会的有来自全国各地的 40 多家广告公司的顶尖代表,他们精心准备的作品让我们目瞪口呆,时尚的材质,先进的制作工艺都不是我们这些来自广告环境比较薄弱的北方广告公司所能达到的东西,但那是一张形象名片,公众展示上就占尽了上风,我偷偷瞅了他们俩个一眼,我心里有了底,一脸的勇气写满他们的脸。论辨会如火如荼地进行,等轮到我们,我们展示的是两大捆来自这个品牌市场一线的调查报告,1 万多张来自不同城市的调查表格,100 多页该品牌的市场推广与市场防御的论述,我循着我们耗时一个半月的历程慢慢走来,我不知过了多长时间,我听到了阵阵掌声。竞标会进行了两天,我们被指定在会上论述的时间累加达 5 个小时。广告主管销售的总经理作总结性发言时说:“我们很着急,我们希望我们的产品迅速打开市场,我们不搞作品展览,我们讲究实战……”那些话至今在我行进广告主策案时记忆犹新,好的广告案略是产品推广的生命脉线,广告的真正目的是为了销售,你为谁做广告? 广告给谁看? 这种平衡论你得理性地去把握。

那次竞标会我们成功了,我们取得了该广告主市场促销案的代理权。

我匆匆踏上归途,因为更多的细化方案及该品牌上市促销案等待我们的完成,我们只有日夜兼程!

阿强坐在火车上沉默不语,问了半天他才答语,阿强说一直都梦想站在海边留个影,我们来了又回去了。阿哲说,没什么遗憾的,发现没?机会来了。

再后来,有2年的时间阿强因业务关系,疲命奔波于两点之间,而每次总忘不了带回一大堆与海的留念。

四年后,(TCGG)天成龙行广告公司的培训基地在这个城市宣告成立。四年后,我们一行13人行进在这个城市里,此次我们不是来参加竞标会,因为公司部分员工的洗脑工程在此进行。

坐在办事处宽敞的柜台上可以将海的壮阔一览无余地尽收眼底,只不过身边少了阿强,他去了日本,我为他祝福,那也是一个有海的地方。

有时,我便清高地认为,我们的工作仅似于总统,纵横指点的进程中,我们都在重复着我们的承诺,因为我们懂得,真实的承诺是广告的生命。我们不间断的用现实艺术派系诞生我们的“孩子”,不只是让他来到这个世界,更重要的是让她花枝招展般走进更多慧眼识途的人们的视线。所以我们深信其中那个浅显的道理,广告的真正目的是为了销售。

有人说,(TCGG)天成龙行广告起点就很高,走得是一条原创与广告运策的综合路线,我不否认,因为那也是一个广告公司最终存活的通途和策略。

2年前,本土的一家户外广告制作大公司的部门主管打电话到公司,颤颤地问,能否接纳一个人到贵公司来实习,当时总经理毫不犹豫地应承下来。他认为,只有本土广告公司联合起来,才能更好地孕育本土

广告环境的优质土壤,南方广告公司的通力协作给我们提供了最好最有利的借鉴。

2000年岁末,城市晚报社广告公司“十佳”的颁奖盛典在香格里拉举办,(TCGG)天成龙行广告的总经理在会上发了言,他说,很感谢城市晚报社,此举实现了媒体与广告公司的直面沟通,更重要地是为本土广告公司之间的相融提供了机会。中国经济的迅猛发展,广告主与广告公司的协作关系已经提升到一个相对重要的层面,国际化的运作方式日趋明朗,广告公司的运作模式也日渐清新和丰富起来。

走了很长的路才发现,其实你用不着仰着头去看你周边的对手,这就好比原始的类群,男人就是男的,女人就是女的。或者脱光了才会惊人的发现,男人与女人其实都有自己的形象标识。自然的本位的躯体本身与己是如此的相似。伪装下的隐秘都是一样的,自卑如此苍白,放下沉重赶路,那会多么的轻松。

如火的旗帜

我明白,心中有爱,才会创意无限。

我们生活在暗夜里,我们伸展在阳光下,我们习惯在烟缕中燃烧一些创意思绪,然后撕碎了再去拼接,好多的细小事物让我们感动,烽烟连绵的商战让我们冷静,我们时刻告诫自己,做一个聪明且有良知的广告人。

艰难的行进中,我们亮出的是一面猎猎飘扬的旗帜,那上面写满我们的智慧与不屈。

广告主品牌的管理与维护是(TCGG)天成龙行广告的每一位员工最为本份的工作。在我们的广告活动的执行中我们信奉“1>100”和“1"+2”的广告运动行为定律。2000年10月中旬的一次促销抽奖中,有一位消费者获得一份价值十几元的广告主精美礼品,当主持人读他的名字时,却不见他的踪影。为了

这份礼品，大型活动部的工作人员到市郊错纵的楼宇间寻找这名消费者，用了大半天的时间终于将这名消费者找到，当把那份礼品递到那位消费者手中时，他显出一脸惊愕的样子，他说我听到了我获奖的名字，那个末等奖没想带回来，我简直不敢相信，你们竟会送来！那份礼品花去工作人员 105 元钱的打车费。

2000 年 10 月 26 日，小鸭集团总裁周有志先生视察天成龙行广告公司，当他走进公司的办公楼时，一行字深深地吸引了他，那是我们广告运行的理念——倡导广告价值，永不服输。

我们遵循着这一法则，执着地释放我们作为一个广告人的智慧和能量，我们渴求被认可，但我们更信奉一如继往地坚持。

感性的市场，理性的策略让我们懂得怎样去利用广告主的每一分钱进行品牌形象的推广与传播。枯燥的循环里，我们探求着，我们创新着，因为我们懂得，市场空间无边无垠，智慧无穷无尽。

如 驼 般 的 坚 韧

广告界流传着一句话：如果你是袋鼠，你就跳吧，如果你是老鼠，你就生吧。

我认为这句话所淋漓的是一种境界，诠释着一个广告人的思维曲线。一个足不出户闭门造车的广告人不是一个真正的广告人，一个不出活思维无跳跃的广告人也不是一个真正的广告人，广告的轨迹被热情捕捉得苍白却依然很美。

广告人需要的是坚韧。

可能一个案子你写了十几稿，耗了几个昼夜，几个字的批示会让你从头再来。眼泪和疑惑在此时都会变得无助，你只有收拾好所有的心绪，赶快沿着来时的路折回去做一次彻头彻尾的苦苦冥想，因为时间并不会

无休止地迁就你。

与海尔合作的日子,恐怕是我这辈子做广告人最为充实的岁月。海尔每天观念的更新让我刻骨铭心地记住并理解了那句流传在世的行动准则:迅速反应,马上行动。

因此,我说,如果你不懂得工作的节奏,你走进海尔;如果你感觉你的思维不够前卫,你走进海尔。

每一次促销案的通过与实施,每一次的认可和赞誉,对于我来说,已变得不再重要,因为与海尔人共同走过的这些年,海尔给了我们一种精神,一种超越物质衡量的财富,那种精神会鼓舞你走出荒漠,涉过泥沼,走向通途。

感谢海尔!

一路走来,我每年的365个日子已经被广告主买断,我疲惫得站不起来。

有时偶然回一次离公司并不遥远的家,幼小的孩子视我为陌路人,有一次她竟说:“爸爸,你就在我家住几天吧。”那句话,我听了我感到我的脸上开始有痒痒的东西在爬,我极力控制,但还是任由它汨汨地流出来……

与朋友坐在一家僻静的茶馆里谈一个案子,朋友随随便便谈起现在什么人最辛苦,我说是广告人,不信,你试试。

我一直渴求有那么一天,夜过去了我不醒,第二天一直睡,这些年,这个愿望一直没有实现,不是不能实现,因为有那么多的广告案等你过目等你完成,踏上这条不归路,你得往前赶。

大市场的架构固然重要,区域促销却是广告运动中血淋淋的实战,秘笈之一就是我们学会了始终在“流

动”，日日在“歌唱”，用时尚作旗，因此我们倍受瞩目。

如果有人问我，下辈子干什么？我会毫不犹豫的回答：下辈子还做广告人。那是一件多么刺激并富有挑战性和成就感的差事，岂能错过！

（注：此文为 TCGG 运策总监王雨农先生 2001 年 7 月 7 日为 TCGG 七周年盛典而作。此文曾在《中国广告》、《城市晚报》等诸多媒体上刊登。）

