



“营销大时代”
主题策划之
平媒营销篇

生活中,创意的确是无处不在的,当你在为一些无创意无新意的营销产生视觉疲劳的时候,一定也为一些让你视觉为之一振、让你突然脑洞大开的经典创意营销暗自叫绝,原来,有了创意,一切都可以那么不同。

怎一个妙字了得

□张晓霞

代表营销案例



◆营销高手加多宝怒刷存在感

2013年,凉茶大战风云再起,加多宝与广药集团争端再度升级,广药集团以“加多宝公司涉嫌虚假宣传、不正当竞争”为由,与其对簿公堂。广州市中院裁定加多宝立即停止使用“王老吉改名为加多宝”、“全国销量领先的红罐凉茶改名为加多宝”或与之意思相同、相近的广告语。加多宝创意的天灵盖被一股脑掀翻,随即在官方微博发布这组“对不起”系列。广告一出,一时间引得千万网友的热议和转发,同情之辞溢于言表。而另一方面,“对不起”几乎在同一时间引得各方水军的奋起反击,从语带玄机的“没关系”到恶语相加的“别装了”,一时间连锁反应层出不穷,是非曲直叫旁人看得扑朔迷离。不管怎样,加多宝的确借着这场“道歉”成功炮制了热点话题,这招创意“绝杀”可谓以柔克刚,虽说输掉官司,但半点不输人气。



◆流行美和范冰冰真的在一起了

2013年12月26日,“LiuXingmei”隔空约会范冰冰的拼音广告上演,神秘的拼音内容留下悬念引起大家的猜测;2014年1月3日,多家报纸头版再次刊登“LiuXingmei”对范冰冰的保证书,还要在“非诚勿扰”等候;答案终于在1月9日揭开谜底,流行美举行订货会暨新品发布会,再度签约范冰冰为代言人,范冰冰演绎的流行美新广告在《非诚勿扰》节目片间播出。



◆周迅大婚,袁晓鸥“示爱”周迅

2014年7月16日,周迅在杭州演唱会上与男友高圣远宣布结婚,网友纷纷献上祝福。第二天,一则以《新京报》C03版刊发的整版广告引起一片惊叹和讨论,这则广告以“她的更早男友袁晓鸥”名义叫板高圣远:“你敢不敢像我这样爱周迅”,并向周迅送上祝福:“她若安好,我备胎到老!”在读者纷纷百度“谁是袁晓鸥”时,国内外多家媒体和业内人士也关注到这则整版广告。但这其实只是一部电影的宣传广告。原来,袁晓鸥是周迅10月即将上映的新电影《我的早更女友》中的男主角的名字,由佟大为饰演,这个广告是一则温情的电影宣传。在周迅宣布婚期第二天,及时送上祝福,可谓“一箭双雕”。

◆苹果6,快拿出来比一比吧

苹果的广告都是非常简洁,没有一点废话的,在平面广告界可以说是自成风格的。在iPhone 6和iPhone 6 Plus上市之后,苹果开始为这两款手机打出平面广告。比如在《滚石》杂志的封底,直接摆上了两部iPhone 6的正面照片,而且是完全按照真实尺寸印刷的,文案也只有两个单词“Actual Size”(实际大小)。虽然大屏手机早已经遍地都是,但这却是iPhone第一次变这么大,而且苹果认为并不仅仅是尺寸上变大,而直接印刷实际尺寸的做法也很有创意。MacObserver的编辑就认为这则广告非常成功,他的第一反应就是拿出自己的iPhone 5s,放在一起对比大小,正好中了苹果的“圈套”。

视觉创意营销

◆汽车类 如今的汽车创意广告,已经和动物、北极、瀑布、浴室等许多你想都想不到的在一起了,可谓,没有创意的广告不是好司机!



- 1 香蕉再美味,也比不上路虎的车钥匙
- 2 我是JEEP,我就是可以停得这么任性!
- 3 挖掘机技术哪家强,加起来的重量都抵不过一辆小路虎!
- 4 一张图秒懂全新的奥迪“汽缸按需运行”技术!

◆生活类 无论怎么变,创意最终改变的,还是我们的生活,所以,生活的创意无处不在。



- 1 只要有我在,啥都不叫事儿。
- 2 快递广告:亚洲澳洲,好似楼上楼下
- 3 富士相机新的360度全景拍摄功能,好想把它转平整,但我不是处女座。
- 4 才刚切好就马上调理好,飞利浦超快速食物调理机。

◆美食类 别以吃货自居了,快看看这些广告,看懂的吃货,请自觉走开!



- 1 糖果广告:不用担心发胖,真的不含糖
- 2 光看就觉得很酸爽的酸糖果广告哦
- 3 百事广告:最可怕的万圣节
- 4 麦当劳祝大家万圣节快乐!(不给汉堡就捣蛋)