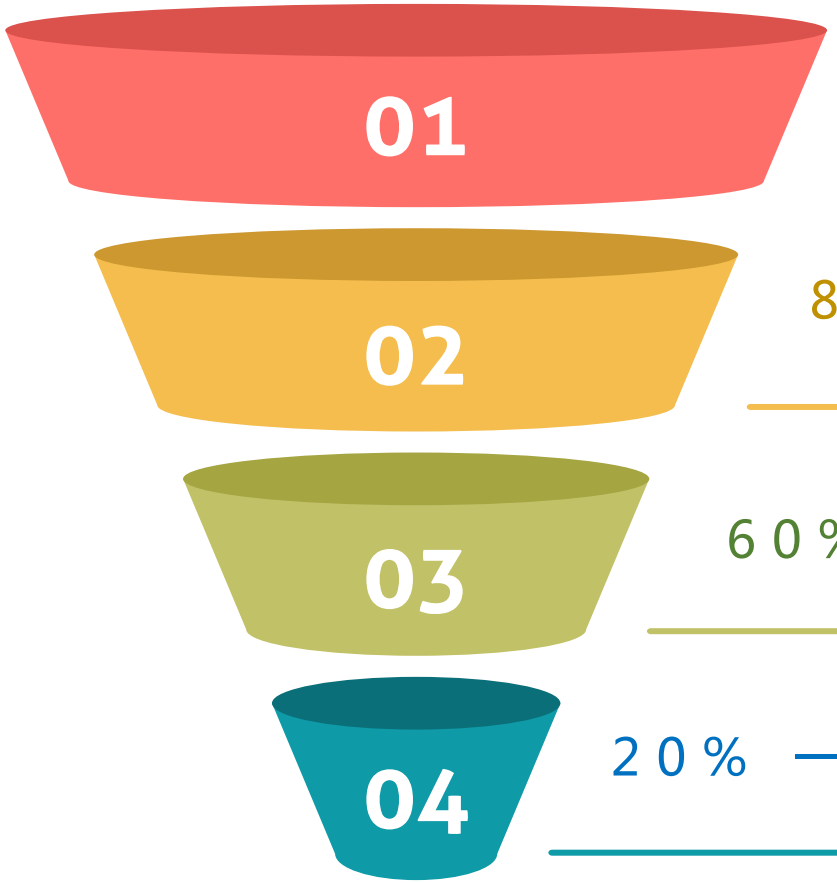
将策略转化为创意

高效沟通，合理评价

杨颖琼

沟通漏斗无处不在…



100%想表达的内容

80%说出来…

60%被听到，40%被理解…

20% 一个月后…

和创意公司沟通时候的几个小技巧

- 小游戏
- 假设你是创意公司，我来跟你沟通
- “我旗下的化妆品品牌想要做一条抖音广告，15秒左右，需要能够强调抗老的功能，预算五万“
- 你会有什么反应

1. 准备一份书面的创意简报

- 创意简报
  - 目标受众画像
  - 关键信息（行为动因、阻碍、干扰因素、触动场景、建议媒介和渠道等）
  - 创意材料的方式和情绪/语气
  - 物料如何与媒体组合
  - 明确的活动的目标、时间线以及预算分配，以供投放中/后随时进行监控以及复盘

跟大家将一个故事

从前 有一个漂亮女孩

她嫁给了一个富二代

没想到富二代是因为自己的初恋才娶她

她一气之下抛弃了女儿和富二代，出家

出家后，她又爱上自己前夫的弟弟，并且在一起

离谱吗

但如果我告诉你背景呢

2. 开场时提供尽可能多的场景和背景内容

- 例如：这次活动起源于老板的灵光一闪，他在店访的时候看到了一个妈妈消费者在选择奶制品的时候仔细的研究了货架上所有的产品，甚至包括看配方。。。

- 所以老板想制作一条广告片，强调我们在配方上的优势，主要针对群体是精致妈妈人群。。。

TARGET
CVS pharmacy

3.让你的广告受众生动化

- 如果仅仅提供给创意公司一些定量的数据，比如18-30岁，女性，这种很空洞的受众，创意公司很难真正理解和共情

4. 尽可能跟多个创意公司人员同时沟通

- 例如你要做一个数字化营销活动，但是如果可能，可以邀请对方其他部门的人一起来，这样，对方线下活动负责人可能会发现一些潜在的结合点

5. 给创意公司足够的灵活度

TRAFFIC
the wildlife trade monitoring network

- 准备一份书面的创意简报
- 开场时提供尽可能多的场景和背景内容
- 让你的广告受众生动化
- 尽可能跟多个创意公司人员同时沟通
- 给创意公司足够的灵活度

将策略转化为创意

高效沟通，合理评价

如何评价创意的质量——7C原则

Command Attention

引起注意

Clarify the message

讲清楚信息（不要高深）

Communicate the benefit

利益点何在？

Consistency counts

一心一意

Create trust

建立信任

Cater to the heart and mind

感情+理智

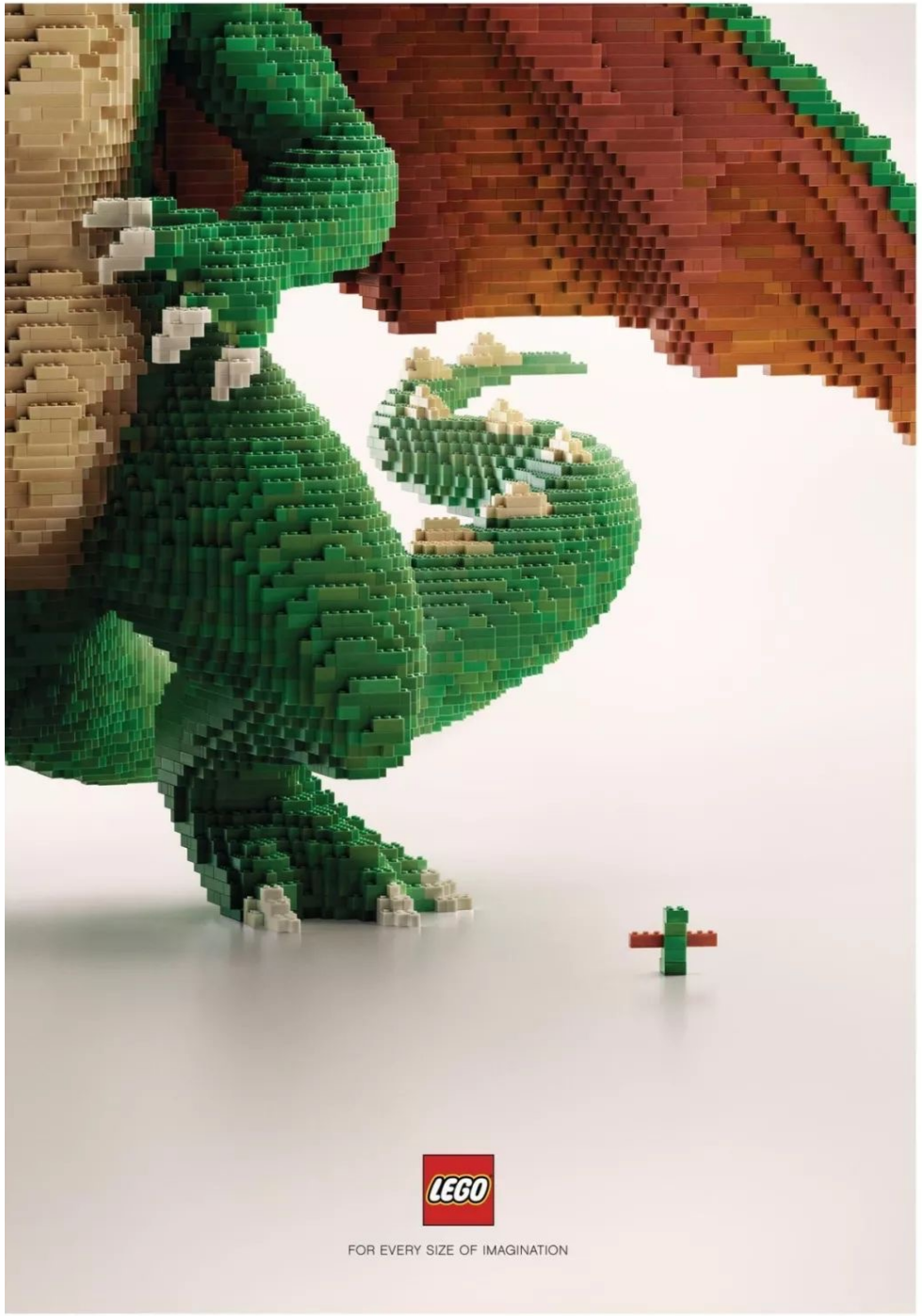
Call to action

有行动号召

评价下这个创意

评价下这个创意

LEGO
FOR EVERY SIZE OF IMAGINATION


LEGO
FOR EVERY SIZE OF IMAGINATION

评价下这个创意

Guilin, China: 1,072 Euros

Kromlau, Germany: 24 Euros

评价下这个创意

Santos, Brazil: 1,154 Euros

Berlin, Germany: 24 Euros