

[自胜者强]

广 告 人 职 业 生 涯 规 划 与 成 长

Steven liu/2005.3

恭喜你选择了广告业

- 想要学什么？

发挥创造力 Vs 掌握沟通技巧和管理能力

- 想要干多久？

看看再说 Vs 心甘情愿从此上贼船

做广告.....

- 你为什么需要做？——动机
- 你要成为哪一方面leader？——目标
- 用多长时间？——耐心
- 使用什么手段？——方法
- 跟谁学？——参照物
- 什么支持你？——理想&企图心：要做就做最好的！

这么多人做广告.....

- 有的夜夜加班不思悔改？——累不累
- 有的经常挨骂视死如归？——烦不烦
- 有的折旧率大增，漂亮姑娘红了眼，英俊小伙白了头？——值不值

答案：

- 一个让您成熟的行业。
- 一个教你很多的行业。
- 做广告——教你做人，给你后劲。
 - 几年后，你会发现受益匪浅。
 - 也许你现在还不知道有很多人是做广告起家的

做广告的几大好处：

- 迅速成熟，铸就洞察力和堪抗力。
- 掌握思考方法，拥有解决问题的能力。
- 学会做人，懂得沟通和换位思考。
- 跨行业，跨地域作业，有助于你汲取到不同人的营养精华素。
- 轻易介入别人的营销核心和成功机密，将来当老板。
- 积累人脉和经验，传播信誉和口碑。
- 几年内，薪水还不错，地位在升.....

好处多多，不胜枚举！

有一天不做广告了，我可以干什么？

- 进企业，过朝九晚五的稳定高薪生活。
- 做产品，凭积累经验，树品牌宝盆。
- 可以开工作室，咨询公司，当掌门人。
- 可以开广告公司，实现自己的梦想。
- 机会多多，任您选择。

前提条件：你够厉害！

进入广告业，成为业内精英

竞争激烈，挫折多多

重要的是，你准备好了吗？

- 成为最好的企图心，才能脱颖而出
 - 坚韧不拔的耐性，甘当自我发电机
 - 懂得取长补短，擅长思考和总结
 - 有激情而不仅仅是热情
-
- 准备比别人多100倍的努力

最重要的事：职业生涯规划

- 结合自身优势，找准定位和立基点
——哪一岗位适合我？能发挥和学到东西？
- 树立正确观念：
先有价值后有价钱
先富脑袋，后富口袋

我想要快速成长，
有没有秘诀？

回答：有!!!

成功广告人成长之6要素

熬经验

沉到底

练专长

戒诱惑

定方向

慧思考

看看自己，认真考虑

• 2005年

? 年

• A点

手段

B点

(现状)

(目标)

• 经验不足

奖项多多

• 名气不响

你准备用几年?

成功案例多多

• 功夫不精

名气大大的

• 眼光不准

薪水棒棒的

• 眼界不广

案例数不清

第一条

想学才会有老师

- 当事业来经营而不是饭碗来维系
- 要以抽水机的姿态面对每一个人
- 态度：强烈的求知欲
- 好处：更多收获 Vs 更多机会

第二条

处处留心皆学问

— 广告是杂学，从创意到客户再到媒介苛求您
处处瞪大眼睛，才能博大精深

- 方法：用心观察，认真思考

第三条

营造一流环境，请教资深伙伴

- 做广告开始是需要经验的：发想方法，互动技巧
- 一流环境有助于你专心成长
- 大师高手肉多营养好“味道好极了！”
- 您肯学，他肯教，一日千里
- 环境：速成温室

第四条

取长补短、用心思考再创造

- 三人行必有我师，
- 用偷师的心态观察一举一动，从方法到方式
- 多嚼几遍，嚼烂一点，时常倒嚼这样有利吸收
- 讲课别错过
- 葵花宝典别错过
- 别人的智慧要增殖成自己的东西
 - 思考产生价值，让精华相互渗透，成就自己的独门绝招，风格体系

第五条

勇于实战

- 举一反三，看到一个报广的1、2、3
 - 多见客户多提案，增加沟通能力
 - 深入一线，与消费者打成一片，有更深体会
 - 客户也许需要你解决的不仅仅是广告，而是铺货、回款、管理内部、产品改进.....
-
- 结论：愈全面，愈深入，愈持久的伙伴关系

第六条

瓶颈时刻，好好把握

- 感觉每天在重复，自己没进步，怎么办？
- 旅游、过招、谈恋爱、充电。
- 千万别陷在“事”里，要抽出点时间反思
- 别说自己忙，时间是海绵里的水。
- 转换跑道，再次出发，用新鲜激发灵感

第七条

经营人脉和伙伴 懂得合作的真谛

- 广告圈很小，敬业、职业道德不可少
- 处处与人为善，做广告就是做人
- 成为问题的解决者，而不是制造者和唠叨者

第八条

懂得目标管理和选择参照物

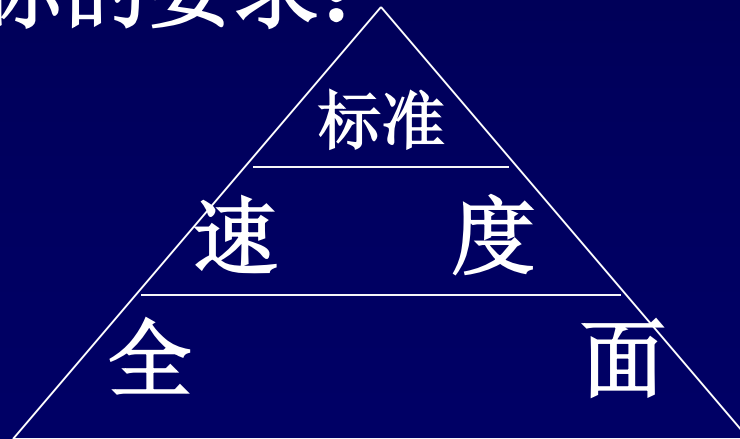
- 目标清楚，才能出色管理
- 有成功参照物，照他样子去做

第九条

一专多能，身手复合型

- 一专多能，适应性强，处处受欢迎
- 未来对你的要求：

-
-
-



第十条

时刻掌握资讯，放眼变革前端

- 前瞻性的重要
- Internet对广告业的影响
- 先进地区先进个人使用哪种多快好省的先进方式
- 大陆广告落后几十年，看看别人有好处。

第十一条

不断寻求突破，着眼制高点

- 能人所不能，这就是您的核心竞争优势

第十二条

特殊技能特殊训练

- 剪辑师的修炼
- 写文案的建议
- 从展示作品板谈起

第十三条

必不可少的例证

- 尽人皆知的成功案例
- 证明专业实力的奖项
- 跨行业、跨地域的经验

“予人鱼，不如授之以渔”

- 很勤奋，而且受益匪浅，
希望你比我还努力
未来全凭你今日的付出。

革命尚未成功，同志仍需努力

- 点石要成为4A，有赖于你和我不懈努力，请加油。
- 公司培养你，领导帮助你，成功靠自己。
- 勤奋是通往成功的必由之路，此外，别无他法。
- We can do it.

创意人吸精大法

心法一 [眼观四路 耳听八方]

- 创意人必须不断接收外在信息。因为生活中的每一件小事，每一个细节，都可能成为日后创意的灵感源泉。所以，全天24小时“五官七窍”都应对外开放（包括睡眠状态）将重复无聊的筛选，把新鲜有趣的保留，体验的越多，沉淀的越多，内功自然愈加深厚。

心法二 [参阅 武林秘籍]

- 创意人四大名著可以不堪，但专业书记却不可不看。一本本绝世武林秘籍。丛冢可以窥探别门别派的独门功夫、夺命密技.....将之烂熟于胸，便可归己所用。同时，亦可把握武林大方向，了解天下英雄好汉，惺惺相惜一番。

心法三 [勤练不懈]

- 创意人不可偷懒，三天打鱼，两天晒网。除非你天生异禀，一生长下来就天下第一，否则，就得天天苦练，让小脑袋瓜永不停止运转。将自己的武功练得娴熟自如，起码可以凭经验打天下。而不致于成为“三脚猫”，随时都有被后生好手打翻在地的危险。

心法四 [务求出手不凡]

- 创意人给自己设定高标准，比别人更高的标准，以此严格控制自己的出手。务求每一次出招都要让人心跳加快，令同行妒忌得青筋直冒。所以，出手之前，先要让灵感过集资的“鬼门关”，如果不支掉下油锅，不如让它胎死腹中，以免流落出去，丢人现眼，贻笑大方。

心法五[双剑合璧 所向无敌]

- 一把剑，威力有限，所以，一个出色的文案永远需要一个出色的美术指导。双剑合璧，贵在取长补短，配合默契，将两人的潜能互相激发，进入忘我境界。如此，便可纵横天下，所向无敌。当然，如若各自为政，互不信任，必然两败俱伤，加速死亡。

心法六 [和高手过招]

- 参加各种大赛，和高手过招。最是赏心悦目，难怪“华山论剑”能成为武林顶级盛事。越高级别的挑战，越能激发创意人内心的那股豪气，将浑身的功力逼将出来。胜出，则有莫大满足，平添君临天下的自信。败了，则惭愧技不如人，遂卧薪尝胆，夜夜磨刀，期待下回重振声威。好在武林没有永远的盟主，谁有知道下一回的盟主会不会是你？

心法七 [切勿操之过急]

- 练武的人都希望一夜之间练就满身绝学，成为万人敬仰的偶像人物。创意人也有这种奇怪的奢想。纵观当今广告界，除了个别天才型的天子门生闪耀星空，绝大多数闪闪发光的广告老鸟都是靠身经百战，才积累起些许功名，所以，如果自己还是愣头青，就得时常提醒自己：不要操之过急。

心法八 [闭门思过]

- 创意人要有保留自己作品的习惯，以便有空之余，闭门思过。经常翻阅自己的作品，满意的，固然可以再沾沾自喜一番，不足的，可以寻根追源，检讨自己。将不同时期的作品对照来看，可以清楚知道自己的功力是否提升，出手是否越来越狠？再对比参详别人的作品，便能看清自己的身手，是属于顶尖好手还是属于滥竽充数？

心法九

[自己跟自己过不去，
做自摸苦行僧]

- 经常找CASE自炼
- 经常借鉴可以创意更犀利
- 漫画书、流派小说、好电影、酷音乐都应是你的密友

不超越就只能被超越

Thanks

