

创意增值服务

——户外媒体经营新概念

雅仕维传媒集团

传统观念中，户外媒体经营者一向被定位为媒体代理或执行上刊的角色，其主要服务是把媒体以一买一卖形式营运，将较多的注意力放在如何出售户外广告资源上。至于“创意”的部分，则经常被忽略，仅仅是为客户把概念“实现”出来。在新时代下，广告更加重视受众产生的体验，这是一种双向互动的沟通。广告客户追求精准的投放，在最全面的覆盖量以外，更重要的是借由广告直击受众的心灵，从而激发情绪、加深对广告的记忆。这是每个广告人都梦寐以求要达成的目标，最重要的前提就是靠“创意”。

作为 1993 年于香港成立，并成功于香港上市的户外媒体公司，雅仕维传媒集团的业务已经扩展至全国超过 30 个城市。雅仕维深谙广告经营之道在于了解消费受众如何接收信息、如何消化信息、以至如何接纳广告内容。正当大多数媒体公司仍将运营重点侧重于怎样以更好的价格出售广告位时，雅仕维已主动出击，跳出固有模式，开始探索一条属于自己的管理运营之道。

雅仕维开创独有的“空间管理”经营理念，主张提供及开发创意增值服务来丰富广告旅程体验，成为国内户外媒体中罕有以创意创新为先的“空间管理者”。透过“空间管理”经营模式，充分利用机场、地铁的三维空间，以独具匠心的创意将广告效果发挥到极致。

人——创意的发源地

层出不穷的优秀创意从何而来？雅仕维坚持以人为本的人才理念，认为人才是创意的发源地。

创意不只是一个口号！作为一个创意开放的工作平台，吸

引众多香港、台湾等 4A 精英投身加盟雅仕维，将广告专业服务进一步纵向延伸，提升服务竞争力。除了新加盟的团队，雅仕维亦投放大量资源用于人才培养，针对不同部门和层级，以全方位、多维度、多样化的方式予以思维培训，让员工在良好工作平台积极发挥创意的天赋和灵感。

●最强大脑

互联网新技术和新媒体形式的不断更新，带来许多新的发展机遇，雅仕维倡导全体员工拥抱互联网，从高层管理人员着手，汇聚全国管理层定期以网络视频会议的形式，进行名为“最强大脑”的分享交流会。

在雅仕维董事会主席及执行董事带领下，与全国高管定期进行研讨高峰会议，探讨时下的互联网新技术趋势、新案例并进行分享，透过各位分享者的独特视角，为各位参会者拓宽思路。

这种集团领导层亲力亲为的交流互动，有利于由上而下带动全国分公司的全员一同推进业务发展。参会高管继而在各分公司内部开展内部分享，让更多的同事了解和接触创新的技术与案



雅仕维“最强大脑”精彩视频

● 脑力研究院

集团中央市场推广部（CMU）于今年一季度在北京成功举办了“脑力研究院”实战工作坊，由来自全国分公司的市场、销售、运营、客服等 70 位精英同仁汇聚一堂，共同探讨 2017 户外广告市场销售策略。

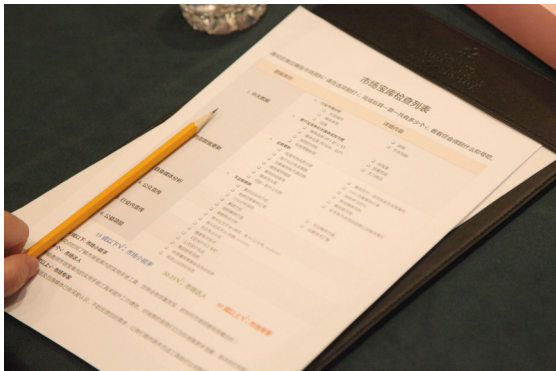


工作坊以引导式创新思维，通过分组形式进行讨论，以及头脑风暴的实战培训等方式进行。经过这一场脑力激荡的“盛宴”，与会同仁对全国媒体市场最新情况和客户需求有了更加深度的了解，让所有精英能够更好地掌握如何开发创新方案，有效地提升服务竞争力及工作绩效。

● 市场宝库

在大数据时代下，信息已经变成了一种重要的资源。推动创意必须有信息资源的持续性累积，集团 CMU 将市场信息资源全面升级，并命名为“市场宝库”。

“市场宝库”涵盖超过 30 种市场信息、创意技术介绍、创意设计效果图、案例影片、市场推广效果，以及来自行业市场资讯、内部数据和自身媒体分析所得出的消费行业分析报告等。通过 CMU 的研究及总结，打造丰富的内部资料库，与集团全国精英共享，随时查阅调用，为有效发挥市场及销售部门专业能力、争取更多客户及开拓市场打下坚实基础。



● 地铁形象广告创意比稿竞赛

创意设计团队是推动创意服务的重要一环。雅仕维内部定期行广告创意比稿，以正面积极的比稿形式，为创意人才提供了体现自我优势的机会与平台，不仅提升了创意人才的竞争力，同时激发创意设计人员创意的原动力，充分发挥所长。

今年首季的比稿分两个主题，包括雅仕维品牌形象及公益设计，鼓励人才提出不同的创意构思方案，并以竞赛的形式邀请内部员工通过手机进行实时投票，选出最佳创意。目的旨在向优秀的创意人才公开嘉许及表扬，并提升他们的工作信心。

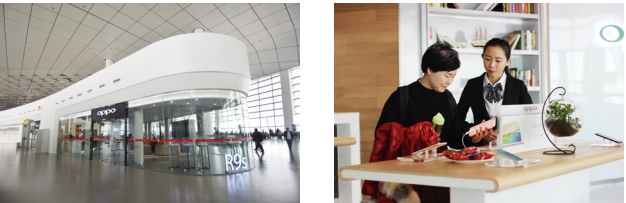


成功管理策略成就空间创意 为客户创造增值服务

雅仕维借助以上多种多样的管理策略，加强团队的创意和执行力，挖掘户外媒体资源的独特优质，以“空间管理”经营理念打造与众不同的受众体验，吸引目标受众，实现广告效果向商业效益的快速转化，从而为客户创造增值服务。

● 设施篇

今年 2 月，OPPO 携手雅仕维于郑州机场打造“全国首个机场体验展厅”。体验展厅位于 F3 候机层中心商业区，为出发旅客必经之路，207 平米的体验区通透、宽敞、功能齐备，旅客在候机间隙享受到 OPPO 提供的尊贵便捷的服务体验，精准捕捉有消费需求的高端客群，并获得成功蓄客、旅客二次传播、提升品牌信任度的多重传播效果。



在深圳地铁 4 号线的大力支持下，凯美瑞携手雅仕维在少年宫站点推出“准妈妈优先座”。在寒冷冬日以翻毛皮材质为地铁站内金属座椅穿上一层体感舒适的温暖外套，为准妈妈提供贴心温度。座椅周围的地面还有图文并茂的地贴，向孕妇群体送上“均衡膳食”、“添衣保暖”、“规律作息、避免熬夜”、“多吃水果”等温馨提示。一经推出，受到准妈妈们们的欢迎，并获得了良好的社会反响，大大提升了品牌美誉度，打造凯美瑞体贴入微、温暖关爱的品牌形象。



● 活动篇

腾讯云产品主要聚焦于为企业和产品提供存储、计算、监控、安全等方面的云服务，长期扮演着各类互联网产品的幕后英雄的角色，终端用户缺少对腾讯云品牌的直面认知与感受，如何让腾讯云的目标用户群体感受到品牌的关怀，引发潜在用户对品牌关注了解，打造专业化商业级的品牌形象是这次投放的目标。



经过多轮分析策划，最终选取 2017 年春节期间在深圳机场候机区内进行“腾讯云·深圳机场 暖心归途送祝福”的系列活动，现场的立体节日景观与现场的线下、线下活动形成多维互动，让腾讯云温暖、专业的形象迅速植根于旅客印象之中。

去年 10 月，雅仕维凭借优秀媒体创意执行及媒体规划服务，成功获委任为于香港中环海滨举办的 2016 国际汽联香港电讯电动方程式赛车锦标赛（香港电动方程式）的独家广告代理，这也是首个在香港举办的国际赛车锦标赛。此次合作标志着雅仕维的专业服务已扩展至大型活动的广告媒体策划，服务水平获得国际级主办单位认可。



● 制作篇

知名综艺真人秀《放开我北鼻》第二季新鲜上线，就在 4 月，雅仕维携手腾讯视频，利用卓越的“空间管理”模式，以视觉、听觉、嗅觉、触觉四感联动，在北京地铁 4 号线发布“放开我北鼻”爱心专列，将西单站出口通道打造成为漫步云端的互动游戏长廊。伴随阵阵奶香和云朵吊饰，乘客漫步其中同时可参与富有创意的小游戏，投入萌娃的童话世界。投放切合节目主题，营造温暖氛围，促进二次传播，以多元化创意为营销加码。



电影《金刚：骷髅岛》与雅仕维合作 2 月于香港红磡发布大牌。破墙而出的创意画面，面对每日 12 万车流的海底隧道，轻易引起瞩目焦点，在网络上亦成为全城热话，达成二次传播的良好宣传效果。



继香港成功发布后，雅仕维再度与金刚电影合作于武汉、东莞及合肥的万达广场外墙上发布“破墙”创意。鉴于外墙现场环境、尺寸及材质各有不同，雅仕维旗下上海、香港及深圳团队跨地合作，为客户提供 3D 广告设计、现场勘探、工艺制作及专人上刊的一站式专业服务，在短时间内成功发布于大型幕墙上，以震撼的视觉效果吸引往来人流注意，引起极佳反响。

优质服务打造差异化优势

在创新思维和创意发布之外，雅仕维坚持为客户提供最优质的创意服务。秉承“诚信、卓越、仁爱”的企业文化，以主动的服务意识为客户带来最具诚意的提案及反馈，以卓越的团队实现最佳创意效果，实现客户的市场回报。

从提案阶段开始，雅仕维的团队即开始调动各部门一同加入，由不同的职能角度出发，充分沟通，共同构思，在项目初始便考虑到构思的实现可能，使得创意具有真正落地的可行性。在此阶段，不仅将创意以效果图的形式实现，还将呈献给客户创意视频，以百分百的诚意和创意，给予客户最直观的视觉及听觉感受。

新媒体的蓬勃发展为雅仕维的优质服务提供了更多途径，每当新广告发布，还将在雅仕维的自有媒体进行宣传，通过微博、微信及其他多种渠道，在一次传播的基础上，实现二次传播，营销触及面扩大，效果翻倍。为广大客户提供最有价值的服务是雅仕维在发展路途中一直坚持并践行的，除了为客户提供广告创意之外，雅仕维将线上线下的广告投放效果汇总结合，整理为精美的结案报告，为客户提供数据反馈。

广告行业无论新媒体形式抑或是技术方式，发展可谓瞬息万变，唯一不变的是人（受众）与创意。创意服务是无形的资源，作为广告同业一分子如何孕育创意泉源才是重中之重。

雅仕维传媒集团作为空间管理者，以出众创意为客户广告发布增值加码，竭力为合作伙伴提升媒体价值及广告效益，这就是雅仕维多年来秉承空间管理的坚持。AM

（责任编辑：雷雨，微信号：271863272）