

赵轩-新疆传媒

2026年8月23日 下午 9:30

16分钟 46秒

关键词

客户 品牌 广告 新疆 产品 媒体 设计师 运营 销售 企业 营销 包装 第三方 承诺
传媒公司 营销公司 销售方案 合作公司

文字记录

说话人 1 00:00

驼咖。嗯，驼咖。做机场广告。对，驼奶咖啡。

说话人 2 00:04

驼奶咖啡。

说话人 3 00:05

新疆的这个是广告传媒，那您快速说一下您的企业的情况，还有课题卡点。

说话人 1 00:13

好，我们是做机场广告的，最早前做南航，南航传媒，然后后面做机场广告，我们也是通过南航广告找到这儿的。然后现在呢做了差不多有 17 年了，然后服务的基本上全是我们新疆的头部品牌，头部品牌呢这两年因为广告行业特别卷，所以我们也在帮客户在找这个营销的这个解决方案，一个是销售，一个是他的品牌的包装，因为新疆不缺乏好产品，但是缺乏的这个是好包装，好的营销手段。

说话人 1 00:44

所以今年我们开始呢布局了就是跟这些中托厂家这样，我们共同的战略合作，共同开发这个品。所以我们就想呢，帮这些品牌呢，找到一个合适的，比较适合的运营团队来帮他们运营。然后呢我就说我们来了以后，我们就有两个诉求。然后看看我们能不能就请到华与华，然后跟我们共同来服务这些企业。然后我们呢做，还是做我们的品牌的这块专业，就广告投放的这一块。然后你们就帮他们做这个营销落地嘛，营销的销售这方面的这个。这个内容啊。

说话人 3 01:22

嗯，好，课题比较明确啊。这样的我们的咨询服务是 600 万。

说话人 1 01:27

对，但是对于新疆来说确实有些客户来说。

说话人 3 01:29

然后，对，所以第二个我们方案班的是 20 万。

说话人 1 01:33

嗯嗯，对。

说话人 3 01:34

20 万，就是我现在有一种方式是这样的，你带你的学员来上方案班，比如说这个产品要不要在方案班上重新打磨，以及你合作的其他品牌的产品要不要在方案班上把它的。符号系统，话语体系，购买理由，包装打磨出来，这是这是一种，我觉得比较高效的合作方式。

说话人 1 01:52

啊对对对对。

说话人 3 01:52

因为 600 万的其实对你们来说有门有门槛。

说话人 1 01:56

有门槛，对，所以我现在还在想呢，就是像。

说话人 3 01:58

这个就是相当于那个批量化了。

说话人 1 02:01

这这个我觉得。

说话人 3 02:02

也是定制化，我我说我们 20 万的方案班的那个服务啊。

说话人 1 02:05

嗯嗯嗯，对对对对，就是我有两个诉求，第一个诉求就是因为你们现在华与华自己也在做品牌做广告，然后我们能不能用一些广告的部分来跟你们做一些抵值，就是置换。

说话人 3 02:17

就我们不投新疆。

说话人 1 02:19

你们不投新疆？

说话人 3 02:20

嗯，我们只北上广深机场以及新加坡机场。

说话人 1 02:23

哦，为什么不选择新疆？

说话人 3 02:24

一线城市嘛，我们的核心客户在一线城市。

说话人 4 02:28

你们以前是不是也投过南方航空？

说话人 3 02:30

投过航机杂志。几航司都在。航机杂志以前我们十几年没断，现在停了，因为现在航司基本上杂志没人看了。

说话人 1 02:38

对，南方航空到现在还在投着呢。对，还在投，还在投。

说话人 2 02:39

是这样的，我跟你我跟你说一下，就是我们就哪怕跟您合作，我们也绝对不是抵扣的形式，我们有一个客户就是我自己客户，那个新潮传媒。新潮传媒。啊新潮传媒。新潮传媒，我们在新潮那也年年打广告。

说话人 3 02:49

一年 600 万。对。他该付多少给我们交多少费。

说话人 2 02:51

我们该拿我们的钱给他，这个中间没有任何所谓的抵扣。

说话人 1 02:55

没有互相的这种没有。什么都没有。就是互相就。

说话人 2 02:59

他给我们推客户，一分钱不给他。我们给他推客户，一分钱不给我们。

说话人 3 03:02

相互也没有提成。

说话人 2 03:04

不结盟，不提成。

说话人 1 03:06

哦，好好，因为新潮现在在新疆，跟我们的分众，因为分众是我的朋友做的，然后他现在跟分众合并了，新潮新潮和分众在一起。然后我在想的，因为。其实我们做的一部分内容其实也跟你们的内容其实相同的，我觉得我们只不过就是在今天沟通的过程中，就是品牌的宣发那块儿，我是我们，我们也在做这个工作嘛，对，所以其实服务的一部分客户群里呢，其实大概是一致的。而且我觉得其实客户的沟通成本还要去落地，其实也挺挺复杂的，所以我们能不能合作的时候，比如说你跟正常客户收 600 万的这个费用，能不能把我们想成一个也是类似于代理公司的这种形式，我们来共同来做这个品牌，有没有可能？

说话人 3 03:49

代理公司指的是什么样的合作形式？

说话人 1 03:51

类似于华与华，我在新疆去落地做这个项目，就我来，我们来做，我们来做这个，给你做招商嘛，类似于。

说话人 3 03:59

这样，我我们合作方式就两种，然后一，600 万，这是这是我们所有客户统一的。第二种就是方案班的形式，我刚刚也给到建议了，你手下手里面有很多这个新疆的这些好的品牌，好的产品，他们的产品购买理由符号系统包装品牌需要重新打磨，需要重新建设。对。你带他们来到方案班，相当于他成为我们方案班的客户，这个这个钱是你们交还是他们交？这这个这个你们自己内部讨论，但是我们能够给到的成果就是他来到我们方案班之后能拿到这套品牌的基建的这套成果，以及全年的陪跑，这个是我们来提供服务的。至于有了这套服务之后，他要不要在你们的这个媒介投广告，那也是你们内部内部这个转化的事情。对对，对。我觉得这个这个合作是比较高效的。

说话人 2 04:44

新潮给我们推客户，他也是希望我们能给他做片子，然后他们做新潮的。对。但是我们不是每个推过来的客户都让他做新潮。

说话人 1 04:51

啊对。

说话人 3 04:52

就是至少有一点，你带来的客户在我们方案班上经过打磨之后，他在你们是机场，对吧？他再投广告的话，他的效率一定是翻番的。

说话人 2 05:02

对，他在你的画面。可以在我们的陪跑会上，我们来帮他。

说话人 1 05:05
就给他把画面都做出来了。

说话人 2 05:07
我们不会帮他做出来，但是我们会指导他做出来。你不会帮他做。20 万的方案里面我们是不上手做的。

说话人 1 05:12
不上手做的，你就指导他做。对。

说话人 3 05:14
指导他最好就是我们要求都是带设计师过来。对。客户带设计师。

说话人 1 05:18
客户把设计师带上。

说话人 3 05:19
公司内部有设计最好，或者他有合作的第三方的这个合作公司的设计师带过来，一起在我们方案上，方案班上把这个成果直接打磨出来，四天带走成果，然后全年的陪跑，以及他的后面还有，比如说后面有没有新的产品开的需求，以及这个鱼的线上怎么做，线下怎么做，这都是在。陪跑的过程中，全年的这个。

说话人 1 05:38
对对对，好，那个我，因为我也，我也看了，你们在新疆其实有一个客户，是那个国玉。

说话人 2 05:44
不是，没有这个，我们在新疆有个客户叫 KK 少年，之前合作的。

说话人 1 05:48
KK 少年？诶，我看到你们的介绍里面有国玉。国玉。和和，和和玉器。

说话人 2 05:55
没有。没有这个。没有。

说话人 1 05:56
诶，那我我是看错了，我看的有和和玉器，但是新疆的产，新疆的服务商里面其实并不是很多，就是说了 KK 少年以外，还有其他的品牌吗？

说话人 2 06:05

目前能想到的在大渠道在那只有 KK 少年。

说话人 4 06:08

您不做那边儿，是因为那边儿觉得距离远，还是觉得经济体量比较小？

说话人 2 06:12

我们没有不做的任何地方，因为我我们是不投标，不上门，不比稿，我们只等客户上门。我们也没有。

说话人 1 06:17

客户找不到你们。

说话人 3 06:19

我们也没有销售。对，去跑这些地方。我们不会跑，都是客户来找我们。

说话人 2 06:24

对，就是他们，就是没缘分嘛，人家没找到我们。

说话人 1 06:27

他们肯定不知道。还是因为距离远。对，他们不知道。

说话人 3 06:30

所以到时候方安班你带他们过来，他就找你。

说话人 1 06:34

还有一个啊，我现在就是跟新疆，我现在自己呢，因为新疆的伊利特、天润这些都属于我服务的客户，这些客户你们应该也听过。

说话人 3 06:41

嗯，这都是天润大品牌了。

说话人 1 06:43

对，天润，现在天润呢跟我合作现在是这样子，就是那可可托海景区您听说过了吧？可可托海。

说话人 2 06:50

可可托海。

说话人 1 06:50

可可托海的牧羊人不是。歌听过。歌听过。然后可可托海现在把他的品牌给我们了，就是授权给我们，让我们用他的品牌，就是比如说天润可可托海，比如说是这个哪怕是这个天，伊利特可可托海，

就是天润可可托海，天润可可托海为你打造的一杯一款牛奶或者一款酸奶，就是可以用他的这个品来单独出一个，所以我我想问一下，后期，因为我毕竟是个广告公司。对。所以后期我的这个品牌我怎么去打？我是打我自己的天一之业的这个广告公司。还是。

说话人 2 07:27

这个是个非常适合您的方案班产品，就是对您，对，因为您要自己运营这个品牌，是吧？

说话人 1 07:32

对，我现在的广告公司叫新疆天鑫置业文化传媒嘛。

说话人 3 07:36

他他给了一个品，他给了一个品牌授权给你。相当于你可以用，你可以开发产品，但你没有这样的团队。对。你核心的这个没，你没有团队。

说话人 1 07:44

对，我没有团队，我只能是，比如说找天润，天润你来负责策划。

说话人 3 07:49

你没有团队就做不了这个事儿。

说话人 2 07:51

对，我们就算把这个方案的 4000 人弄出来，你后边儿落地怎么办？

说话人 3 07:55

你不用考虑这个事儿，因为你没有团队，你不懂这，你不懂这块儿生意，你不用考虑这个事儿。要团队对接。你还你是广告公司，你考虑就是广告公司的事儿就行了。然后你合作的这些品牌，他们如果有这个这个企业主体的，你把他们送过来上方案班。是可以的。或者你跟他们怎么样的方式来上方案班，他们上完方案班之后，能够在你们那去投广告，投广告的效率肯定是更高的，传播的效率，起到的效果肯定是更好的，我们呢，这是一个良性的一个循环。

说话人 4 08:27

我我再问一下啊，就是我们，我们做媒体嘛，就是，我们做媒体这个情况下，我们如果说，你客户没有到这来，上这个方案班，那我们怎样通通过这个方案班学到的内容就最大化的去把我们的媒体运营好？这这个思路怎么样？

说话人 2 08:42

如果说您跟我们讨论说您的这个媒体公司怎么怎么做品牌？嗯嗯嗯，对。这个也是一条方向，因为新招传媒跟我们合作，不是他给我们钱让我们推客户，不是的，他真的是在我们在帮他做品牌的。对。我们在帮他做获客。就是他，因为他交了 600 万，我们的人可以去直接给他开课，就我们现在您听的

这层，当然不是一模一样的，但是我们会给他的客户做培训，然后我们为他开发了可以销，可以转化的这个产品。这是我们给他的服务，当然第一步是帮新潮建立了品牌。

说话人 2 09:12

新潮在上海的机场打广告，广告画面是我们设计的，我们让他打的广告。新潮张总的 IP 是我们让他做的，我们给他做的直播。那如果您也是传媒公司，传媒公司我相信也需要打广告，也要做推广的。不是说您要面对首饰店客户该怎么运营，你也需要接新客的，所以说您的这个。

说话人 2 09:30

传媒公司，他也需要超级符号，也需要口号，让人知道我们的价值，也需要我们甚至需要我们的产品。因为我刚才提到给新超开课，那个课是他的产品，是他的产品，这是转化产品。直播间也是他的产品，这对您来讲，如果说我们讨论说您的这个媒体公司怎么做，我觉得这个价值可能是对您更直接的。

说话人 1 09:49

对，所以我现在也很，也很纠结，很矛盾，因为现在未来，假如说我要报，我就上这个课了以后，那个落地班了以后，我是到底上我的这个天星置业的这一套打法呢？还是我要跟我的合作方来给他们做这个专业的梳理？

说话人 3 10:05

两个都可以，就是跟合作合作方的，你要带他带他的企业主体来。我。你你这个啊，我们方案班有个学员，他以前就是做小红书的，广告媒介公司，现在是我们方案班学员，对对对。他就是想学华与华方法，整个这个我们怎么服务 toB 客户的，对。他就想学这套。来我们公司参观，我们公司展厅怎么做，我们的销售这个这个见客户怎么做，PPT 怎么做，怎么怎么去，就是我们怎么搞定客户，他要学这套方法。嗯对。这这这是他报方案班，他说这个四天方案班以及全年陪跑，他要获得这个价值。

说话人 2 10:40

他他上，他已经上完了方案班了，已经掌握方案了，他非常兴奋。

说话人 3 10:44

已我们已经在给他陪跑过程中，打打磨，在打磨销售话术。再打磨新的销售方案了。以及他的展厅，对，展厅。怎么做？

说话人 1 10:50

对，就是我还一个问题啊，就是两位老师也别太介意啊。没事。就是因为对品牌来说，他选择一个营销公司是一个，正定他生死的一个问题。我知道的，我身边的很多很多的客户，他就是原来有一个我的一个品牌客户，他找了那个阿米巴。

说话人 3 11:07

好。

说话人 1 11:09

但是他跟我说他花了 300 万。啥用也没有，他说啥用都没有，所以对品牌来说，他们选择一个营销公司，对他们来说是在。选择是很困难的。就选择了以后，我如何说服他？我说你就来选择华与华吧。我，比如说还有其他的一些平台，比如说是纵，什么纵横竞，什么竞呀，什么来福呀，什么李斯呀，什么特劳特呀，有这么多的战略咨询公司，我们怎么样才能说服他说，来，你就来我们的华与华来上，我觉得我们华与华很好。

说话人 3 11:40

嗯，两两个，第一，如果是 600 万，那确实说服他们来，对你来说成本很高。对。但这是个 20 万的方案班。然后第二，你带他们来上落地班，先上落地班，上完这四天落地班的，就这几天的课，你觉得上完这几天的。课您您还需要还要再做什么？

说话人 2 12:01

对，您对我们的了解已经是。我觉得挺好的。

说话人 3 12:03

他自己上完之后，他有感受的呀。

说话人 1 12:05

对，我们觉得挺好的，我们觉得上的挺好的，然后收获也蛮大的，就是因为我们现在是要要第三方，让他们来，因为他们比我们说不定，说实话，他们可能见的见识的比我们还要更多。是啊。因为有很多的公司可能找到他们，也跟他们去沟通什么的，我们怎样就说，哎，你们也来。

说话人 3 12:22

带他们来上课。

说话人 2 12:23

我们这个我们这就是个体验产品。啊体验产品。

说话人 1 12:25

啊，你可以你可以理解为啊体验产品。啊，体验产品，引流产品嘛，引流嘛啊，引流。

说话人 3 12:29

下一期九月份在广州。对。

说话人 1 12:32

九月份，九月，九月。

说话人 3 12:33

九月份就有课，在广州。

说话人 4 12:34

就是落地还是方案？

说话人 2 12:35

落地版。落地版，每个月每个月都有一期落地版。

说话人 1 12:37

每每个月一期落地课。

说话人 3 12:39

然后每次的课程的内容我们会迭代。

说话人 1 12:42

对，还有一个问题就说，那些客户你们必须是 600 万起的这种吗？还是他有一个循序渐进的，比如说 100 万、200 万、300 万、400 万，就直接来了就是 600 万？

说话人 2 12:51

只加价不降价。

说话人 1 12:52

我们只就开，就是你要有 600 万你就来来，没有 600 万你就不要来，就这种。

说话人 2 12:57

而且是不承诺任何效果，你觉得 600 万打水漂也可以，你就来。

说话人 3 13:00

是，就这个咨询。

说话人 1 13:02

对，还有对，还有一个，比如说人家说的，我可以花一个 600 万，但是我就是增长一个亿，能，能不能增长一个亿？

说话人 3 13:09

不承不承诺效果。

说话人 2 13:10

任何人坐在这敢跟你说有一个亿，赶紧打电话报警，纯骗子。

说话人 1 13:14

他他不，我们也不管这个是不是？

说话人 2 13:16

对，我我们我们我们不做效果承诺，是因为我们对客户负责，不是我们不对客户不负责。

说话人 3 13:21

你想啊，都承都敢承诺增长一个亿，我才收你 600 万。我才收你 600 万。

说话人 1 13:24

我收你 3000 万，不过分啊。对呀，对呀。好，那个我有一个客户，他现在呢准备要做那个，他要想请我们新疆的那个迪丽热巴，或者古力娜扎，要花 800 万的代言费，我如何让他不要花这个代言费，把这个钱花到营销和广告上来？

说话人 2 13:42

他请了代言人，他不会在你这投广告吗？

说话人 1 13:45

他的预算是有钱，有。

说话人 3 13:47

这这是一个很具体的课题，你在这问我，我给给不到建议，给不到判断。

说话人 1 13:52

对，预算是有限的。

说话人 2 13:53

人家要是有 100 个亿，他愿请就请了。

说话人 1 13:55

就他没有那么多钱，他非要要请这个，我我怎么样？

说话人 2 13:58

那个需要他来到这跟我们面谈。

说话人 1 14:02

不是，我不想让他把钱花到那个迪丽热巴身上。

说话人 2 14:04

我们没办法，轻易的轻易的给他这种建议。

说话人 1 14:05

因为我觉得代言其实对我说的话，我觉得这个代言费不如花在营销费用上，更来的更直接一些。

说话人 2 14:11

这个需要了解他情况的。

说话人 4 14:13

刚我们聊到那个航司和那个机场的那个媒体啊，我发现你们做，华与华在做这个广告的时候，他把这航司的都砍了，但是机场的一直都保留了，在这个点上你们是怎么考虑的？

说话人 2 14:23

这是个挺好的问题。

说话人 3 14:24

航司那个就这几年机场杂志都没人看了。而且就是之前。

说话人 4 14:30

但是你没考虑转到航司的其他媒介上吗？比如说头巾桌板之类的。

说话人 2 14:35

我们查过飞机上的那个杂志的数量，我们人出差的时候会去查的，后来这两年发现越漏放越放越少，钱一样照收，东西越放越少。

说话人 4 14:47

我知道往年都是杂志啊，但是航司有很多媒介，它不是杂志一种。

说话人 2 14:51

其实我们也投，南航的贵宾厅我们也投了。

说话人 3 14:53

我们航，航机杂志和机场，机场都在投。都在投，就是我们要看的。

说话人 4 14:58

对，我我我是发现那个，机场一直在保留，但是航司给。

说话人 3 15:03

因为现在它没价值。

说话人 2 15:04

对，机场的是有势能在的，有客流在，至少在这。航司因为就刚才提到的那杂志没人保证它数量。

说话人 4 15:11

那它也有那个行李架呀，桌板，头巾之类的，登机牌之类的。

说话人 2 15:15

如果有钱，优先 all in 在最有价值的媒体上，不会分散的。

说话人 1 15:20

对，刚才说的那个原媒体。

说话人 3 15:21

那个品牌的势能不够。我们不会分散到小桌板的势能和机场大屏广告的势能。能能比吗？

说话人 1 15:26

对，他们刚老师他们刚说的是那个原媒体和延伸媒体的那个啥问题。

说话人 4 15:30

但机场它不是也不是原媒体，它是那个。

说话人 1 15:33

它是个延伸媒体。

说话人 3 15:34

那个是信号和设备。

说话人 2 15:35

我们时间差不多了，然后你看还有什么问题吗？

说话人 1 15:37

还有一个就是你们如果假如说 600 万的这个服务是多少个人一块服务这个品牌？团队。

说话人 3 15:42

我们是通常一个团队。8 到 10 个人的一个小组，会服务，去。服务服务一，同时服务三个项目左右，8 到 10 人一个团队，同时服务。

说话人 1 15:55

服务三个客户。

说话人 2 15:55

主主要的负责，你可以理解为是合伙人带项目总监，一个合伙人带一个项目总监和一个设计总监，然后项目总监和设计总监下面的我们自己又会带，一个小组，又会带什么经理啊什么的，设计师什么的。

说话人 4 16:05

OK。8 到 10 万不包含广告费吧？

说话人 3 16:07

不包含。当然不包含。纯咨询费。

说话人 1 16:09

就是落，就要去企业落地，是吧？就去到落，他到到到客户的，不是，当。到那个客户那个项目上。

说话人 2 16:17

我理解您的意思，我们不会去驻场，但是我们所有需要调研的入企调研的这个，这是肯定的，就是我们自己掏钱，飞机票什么都都含在咨询费里了，我们就去几次，我们自己决定，我们觉得需要去 10 次，我们就去 10 次，去两次就去两次。

说话人 4 16:33

像那个物料啊，活动执行这些也都是客户自己来做的吗？

说话人 3 16:37

我们出方案，他们找当地的执行公司来做。

说话人 1 16:40

哦懂。行，我们的问题完了，谢谢两位老师，啊，好吧，我们完了我们。

说话人 3 16:45

带你的客户。