

新疆广告

2026年8月24日 下午 4:40
17分钟 8秒

关键词

广告 品牌 客户 新疆 渠道 企业 方法论 新媒体 生意 案例 专家 推销 社区 业务员
群体 机场广告 咨询公司 社区媒体

文字记录

说话人 1 00:00
但现在运营也挺困难的，因为啥呢？就机场内部本来有好多公司在互相也卷，也比价格。而且那个大的头部的公司，他已经在机场运营了很多年了。他的网络也非常的密集。所以我们在竞争的过程中，其实也还是蛮吃力的。所以我现在想，未来我们这个机场广告，这种传统广告公司应该怎么样去向前发展？

周庆一 00:23
你们现在，你现在年营业额 1000 万，然后有 2000 万，2000 万推广费主要用在哪了？推广费有 200 万，我看你写的，主要是。

说话人 1 00:33
推广费我们现在主要现在第一个是我在自己的机场，机场的那个发明机上也推，我今年我自己在机场的广告上，我自己在推我自己的广告。然后我市区有 6 个 LED 大屏，我也在同步推。然后另外呢就是就是发一些抖音呀，这样子的。

周庆一 00:49
嗯，好，你现在核心在新疆机场投广告是哪些客户？

说话人 1 00:53
新疆的快消，新疆的旅游。

周庆一 00:55
新疆快消，新疆旅游。

说话人 1 00:57
对，然后那些快消品比较多一点，然后也有一些金融行业呀，什么也有啊。

周庆一 01:03

嗯嗯嗯，那你现在卡点是哪呢？你觉得问题。

说话人 1 01:06

现在卡点是，其实今天我刚带来了那个驼奶咖啡，回头你们尝一下。我看到了，我看到了。看到了是吧？现在我们也特别纠结，啥？这客户现在让我们做他的广告的总代理。然后但是他跟我们提出条件，他说你能不能帮我把这个货跟我们建渠道，帮我们卖掉？所以我现在也很纠结，我说我们后面是我们广告公司到底给他建不建这个渠道？是未来怎么弄？是因为建渠道也是个非常，我觉得是。那是完全是另外一回事。

周庆一 01:30

对，所以我觉得。需要另外一个能力的。

说话人 1 01:32

对，当然我也是匹配了我们机场和，嗯，因为结合着我机场之前的南航和机场的经验。我们也同步想通到这两个渠道里面去嘛。但是我觉得其实链路也确实还，嗯，用十万八千里的路程也挺艰辛的，所以我现在很迷茫。就是未来到底是帮这些客户做这渠道的运营建设呢？还是不做呢？

周庆一 01:56

首先我觉得这是另外一个课题。做不做，第一个得看你能力，第二个呢，我也暂时不给你这个判断了。关键是看你有没有这个能力，因为跨行业是完全另外的能力。对。第二个我们聊到，其实你还想这个问题的前端，是因为你觉得机场广告不好做了。对，很难。那突然出来，都要自己干渠道了，那天呐那。

说话人 1 02:18

是。说很难的，所以说卷卷的也非常厉害。

周庆一 02:21

你还是在聊，我们聚焦一下。就像那个讲的，你不要很多个人的这个问题，做自己企业问题，你永远觉得别人的生意好做。对。其实你做了才发现自己的自己的生意比他好做多了。第二个，你做这个机场广告，其实我们最推荐客户去做机场广告，但是你们为什么觉得难做呢？我们很多客户听我们建议，投了很多机场广告。对。因为你们怎么跟客户推销的嘛？跟我讲讲。

说话人 1 02:50

我们推销就正常，你说我们在这。

周庆一 02:52

为什么要做投机场广告？

说话人 1 02:54

做品牌呀，是吧？

周庆一 02:55

为什么要做品牌？

说话人 1 02:56

树立形象呀，树立行业老大的身份呀。

周庆一 02:58

那我投这个机场广告跟投那个梯媒广告有什么区别？

说话人 1 03:02

客户群体完全不一样呀。

周庆一 03:04

那像驼奶的客户群体，那个是哪些人？

说话人 1 03:10

驼奶的群体，他在我们的市区里面也投了，他基本上把所有的都投掉了。

周庆一 03:15

那他为什么也？他那我说他的客户群体就是社区人群，我就投这个新潮，为什么要投机场？机场的我的客群都不乘飞机的。

说话人 1 03:26

因为行业里面有一个叫旺源的，是头部品牌，老大，这个品牌是我十几年我做出来的，我们在当时给他在航空，南方航空上，嗯，假日旅游航空旅游包杂志上给他推，嗯，就把他推成我们新疆的 number one 了，因为。驼奶这个里面原来没有这个，是，都不，大家都不认识，但是内地的很多朋友现在就认识，一说新疆的驼奶是哪家，就是旺源。所以这个中驼，他现在做驼。

周庆一 03:50

他看到别人打，他也想打。

说话人 1 03:51

他也想做这个新疆。

周庆一 03:53

我告诉你是这样子的。现在做传媒，做 toB 的企业，上了两期也有一个做小红书的，他说一定要找华与华学，因为我们最擅长的就是做这种广告传媒公司，哈哈，因为我们知道怎么去把塑造价值。对。现在做 toB 的工，做这种媒体的这种公司，你要在自己的服务上做加法，做加法是啥呢？你原来

生意好做，大家反正都要投机场广告，你就卖资源就行了。对。你现在是要卖最终效果，但你不能承诺。对。对不对？但是你要把你这个围绕最终能够把品牌，他要的不是品牌，我告诉你，所有做广告的，他要的不是品牌，包括你，你们过来也不是要品牌，你们要的是挣钱。

说话人 1 04:34

销量，销量。

周庆一 04:36

所以你得把机场的独特价值说出来，但是你们说不出来，我们为什么能够把我们客户很多那个，因为我们知道机场广告对于品牌的价值是什么，不是说的，不是你们说的要精准人群，不对的，这个我们很门清的。我跟你告诉你这个点，所以你们过来，我告诉你第一个点，你聚焦在机场广告上，你们未来 toB 的企业要解决的就是，你第一个告诉他。

周庆一 05:00

你投机场广告，我帮你一年，我能帮你算你该投多少钱？因为这很简单，就是营销费用的一个配比。第二个多少投在我这合适？而且第三个投的方法，我们叫做购买理由、购买指南、购买指令，其实一样的。为什么要投机场广告？是不是要给他个理由？对。第二个购买指南怎么投？你不是说投越多越好，机场广告是不是？你是不是觉得投越多越好？最后一笔才给你个一两亿。那不是。

说话人 1 05:24

不是的。那不是，那不是。

周庆一 05:25

其实对你要讲出来。你要讲出来，其实我们就有我们就有指导的这个方法论。我们叫做这个药不能停、药不能换、药量不能减。请咨询公司就这样，药不能停、药不能换、药量不能减。药不能停，你不能说今天请了华与华，明年不请了，你就完蛋了。是是的是的，然后呢我不懂。但是这个药不能换，你也不能说这个明年换家别的公司，你也不行。对。药量不能减。对。那个你也不能减量。对。但是药不能减，那你就讲，我们就要讲的价值观，滴水穿石，知道吧？滴水穿石。就是你每年投的广告费，交品牌税。那我们怎么做的？我们自己就是这样交过来的。对。你就是你要有一套像我这样的方法论，给你的品牌，就是你知道该打品牌，你才能教他们。对。懂我意思吧？啊，我就一个点哈，第一个你投机场广告，你得门清，这个东西对于品牌增长的价值是什么？你得说出来，这个我们可以教你。

周庆一 06:21

第二个点，你来这个方案班，我觉得对了你最大的价值哈。第一个就是你其实面对的客群，我前面问了一下，是很多是新疆企业，对不对？对，新疆的。新疆企业。头部。头部企业。在这呢，你其实要整理，你做的一个点是对的，就是梳理你的案例，就是有多少客户，因为你肯定会做很多。这种案例。但是你梳理案例的方法论，要讲的是你的方法论。怎么投机场广告的方法论？你变成投机场广告的专家。我告诉你一个点。就是我们有一套的这个理论，但是我们就为什么要投机场广告？不是投给精准人群看的。你知道投给谁看的吗？

说话人 1 07:05
代理商、经销商。

周庆一 07:06
懂我意思吧？

说话人 1 07:07
对对，我们也这么给他们说的。

周庆一 07:09
就是要把这个点打穿。我们现在会讲一个点，为什么我们要让我厨邦投央视？他每年 3000 万广告，他投央视消费者看得到吗？

说话人 1 07:18
对。

周庆一 07:18
没有一个消，看不到，基本上看不到，现在投央视看得到吗？3000 万才多少钱？投央视。对。他投给谁看的？渠道商看的。亲，为什么要投给渠道商看？因为能够撬，因为渠道商看到品牌都愿意投央视，愿意下注，他们才愿意跟着下注。懂我意思吧？太棒了，好。就是你跟我们要学的是生意经。

说话人 1 07:42
对，是的。

周庆一 07:43
生意经，你要把机场广告的价值给塑造起来。懂我意思吧？不是单一的，哎呀，你看旁边那个品牌，因为我们接触很多。这种媒介公司。然后他们怎么去介绍的，我们也很清楚，他们不会卖他们的资源。其实你们卖资源跟卖咨询一样，你们卖的是最终能帮品牌增长的路径。你们过来其实就是跟我们学怎么去来卖这些资源，其实你们就是要成为品牌增长的媒介的投放的专家。懂我意思吧？你们学的就是你其实要懂华与华这套东西。你才能降维打击。

说话人 1 08:18
我现在也想做这个工作，我现在就想，我说我们要跳出广告做广告，我不能在广告这个里面我再扑腾了，越扑腾越是个死。对。所以我说我说我们要，就是要降维打击，我们要做的是别的广告公司他做不了的事情，所以我才做在做这个建渠道的问题。要不然你说我们搞了一个广告公司，你说我把那个拓咖到处全国各地到处推销，有什么意义？

周庆一 08:39
对。好，我问你。对。那个你打广告，你打的是什么？

说话人 1 08:43

打的就是我天意置业的品牌。天生有幸，志在传播。方向错了。

周庆一 08:52

这句话没有用，方向也错了。新潮传媒打的是什么广告？你看他看过我们，新潮传媒是给我们交 600 万的客户。你看过他的广告吗？

说话人 1 09:00

我还没太注意。

周庆一 09:02

你回去关注一下。不是打星潮传媒不是关键，你知道谁是关键？

说话人 1 09:07

客户。不是。客户的客户。

周庆一 09:12

我告诉你，星潮传媒的核心是打老板，星潮传媒的老板。

说话人 1 09:17

自己的形象。其实其实这个我也想过，当时我说。

周庆一 09:22

我告诉你，这里面的机关是很多的，就是做媒介生意其实是卖你个人，就是你要来学。

说话人 3 09:28

嗯，每个企业的情况不一样。

周庆一 09:30

嗯，这是一种选择。

说话人 3 09:32

来我们这应该可以看到更多种可能性。更多种选择。

说话人 1 09:36

嗯，对，其实华与华我也是了解了，嗯，看了也很多年了。我觉得以前我觉得也还在，我觉得还是挺那个，感觉很专业啊，然后再一个我觉得我们，因为之前的时候没有遇到这种问题，反正因为做南航传媒，原来代理的时候，反正就新疆区域就我独家代，你们谁做就得找我，没有之二，所以这个生意也很好做。但是现在我们也是，其实我做完南航后，我又做了一个新媒体。体，新媒体我也做过了，

但是那个路子非常艰辛。因为你不是说做了十几年传统媒体，你立刻跳到新媒体，你就能把它做好的。

周庆一 10:06

是，你看你做新媒体都那么难，还要建渠道，哈哈。

说话人 1 10:09

对，所以我又传回到机场里面，我说我还是卖机场广告去吧，这是我觉得我最擅长的一件事情，又回到这个机场广告。现在目前就是这种。

周庆一 10:19

我觉得这样子，第一个是你进来怎么来做这个方案班？第一个是你把你的企业的资料，第一个线上诊断会，我们会要你所有的资料，你以前的自己的广告，你的现在客户的情况，你的一些案例，整体的话，我们会进行一个线上访谈，核心定什么呢？定你企业未来，你其实要解决的是获客问题。获客，然后把产品卖出去的问题。

周庆一 10:44

我们要定你的整个宣传的战略的重点，你到底要宣传什么？怎么宣传？这个重点帮你方向定了之后，然后到线下方案班来学习。你第一个是，你核心，你看新潮传媒是，其实核心宣传的是，它打的是跟分众不一样，第一个是打社区的体媒，它覆盖社区媒体，你要做大众消费品，投社区媒体，对不对？然后第二个，它核心的代言人超级符号是张继雪，跟华与华的超级符号是华板是一样的。所以这个要看你有没有这个资源禀赋，就是你能不能成为这个营销小专家。

说话人 1 11:19

我也想当新疆的桥划一划。

周庆一 11:21

啊对，那你就得跟我学，这个。对。第二个，你的核心是要整理出你们，帮助品牌投机场广告的方法论。就告诉，真正告诉他哪些品牌适合投广告，该怎么投机场广告，投机场广告的价值是什么，能够说的门清，他才会投。而不是很，就是告诉他那个其他在投，这个打动力不够，就像我前面能够点出这个机关点。这个是核心。然后呢，在这个传播落地的过程当中，就是其实你们后面，你们现在很多去拓客的话，是你们有销售去拓客，对吧？对，销售拓客。就是把前面定的话语、方法论，这些内容。教会你的业务员，让他也会说这一套东西，会讲案例，会讲同样一套方法论，会讲最打动消费者怎么投巨量广告的他们也变成小小专家。你是小专，他，你是专家，他们是小专家。你成为新疆品，你在新疆区域。成为新疆区域打造品牌的一个专家，他们都跟着你，也能说几句。对。这是最大的价值。

说话人 1 12:21

对，其实我刚来之前，嗯，我其实也有这种想法，嗯，就是因为我你们已经做得非常成熟了。我觉得我那些客户，就是我 600 万，我可能买，暂时买不了，嗯，我未来有可能买。但是我觉得我的那

服务的客户，他们是，我觉得是，有可能要买的，而他也是有需要买的，所以其实我是想着，我看能不能用我的。

周庆一 12:44

我，你以后就带他们来游学，你说只有方案班，带他们来参加这个。你说哎，这我带你们学习，然后晚上关小房间，我给你们复盘，然后我们上这个课不给他们做这个方案的呀，你线下来，我来帮你们指点一下。懂我意思吧？这样子去用，你看我是华与华方案班的学员。这个这个我现在指点的这样子，像有些很小的客户，他甚至 19 万 8 当创业的都拿不出来，但你指点一下，他们不是更愿意信你吗？

说话人 1 13:15

对，我觉得。懂我意思吧？

周庆一 13:16

你可以这样子去用哈，我给你那个大概我觉得是方向落地，然后后面那个落地班的这个名额，其实你公司的超级业务员，让他来学华与华方法，让他来上这个班。如果他能够在这里学到几招几式，他也能说两句，他的业务能力是不是销售能力也强了？

说话人 1 13:35

对。

周庆一 13:35

好吧，整体的话我觉得这个对你来说最大的价值，一前期四天我们帮你把方向给捋定了，后面一年的六次的双月经营复盘会，我们课题制。比如说第一个课题，我们帮你把企业的这个方法论，每一句话该怎么说？为什么打机场广告？打机场广告的价值该怎么打？我们帮你梳理出来，一起，你梳理出来，我帮你们来调改。

周庆一 13:57

后面再去第二个进课题，第二个双月课题，比如说帮你那个要培训业务员，该怎么培训？然后第三个做那个参观，你的客户到你公司来，是不是要参观？你要给他，让他下单，该怎么去设计这个？我们叫做超级现场。你的公司本身变超，你到时候方案班到我们公司，你会体会得很深的。为啥一些新客户来我们公司转一圈，开个会就愿意签个合同？600 万的合同。你到时候来你就能学到这个点。

说话人 1 14:27

好吧？我觉得应该会。就是我参加过几次广广告节，我也发现就是有一些那种品牌，嗯，咨询公司，嗯，他们每次给这个品牌一做就是做一两千万的服务费。然后我就很纳闷，我说你们怎么能收到这么高的费用？嗯，我们现在连收入一两百万都很难，你们收入一两千万。我发现他们就建了很多的，就是帮这客户能解决很多的问题。就这客户的比如说销量，就是，他能好像帮他就是品牌出江，品牌出海，嗯，这工作都帮他完成了。我说那我们是不是也做做这个这渠道的这个问题？所以但是我觉得渠道确实是很。很难，所以我现在。你先上方案班 4 天吧，大概 10 月份。

周庆一 15:04

那个我知道你的意思。赵总，我觉得你有这个基因禀赋，哈哈哈，你可以。这个渠道是。你可以说的。

说话人 1 15:12

那这个渠道现在是做还是不做？你感觉。

周庆一 15:16

我现在我建议不了，我接受我的判断标准就是看你能力啊。

说话人 1 15:20

看我能力。

周庆一 15:21

这我先不说，具体的话那个到线上，那个对于这块业务线上我们会有资料，第一个我对你要足够了解才知道。嗯对。你到底该怎么去做？

说话人 1 15:30

对对对，我到时候把我的那个什么。资料啊什么都发给你们嘛。

周庆一 15:34

对对，按照我们的格式，到时候约，最快的话 10 月份你们就可以来参加那个方案班。可以可以。

说话人 1 15:40

好吧。可以可以。

周庆一 15:41

好，先这样。

说话人 1 15:43

行，那个方便加您的微信吗？好。我们加个微信吧啊，欢迎你们来新疆啊。指导指导。嗯，今天那个。行，那我也加一下吧。主要是不少课程，但是我觉得华与华真的，我觉得好像还挺符合我的。就是个学习的需求的啊。对。周老师，周老师点了就特别通透啊。对，所以我就，我觉得你一说我就，就其实我们的思维是同频的，我觉得起码就是，我觉得我们干的一件事情其实都是为这个品牌赋能嘛。就帮他解决些，我现在解决的是一个部分的，那个肯定是一个，比如说，比如他 10 个问题，我可能解决了其中的一两个问题。

周庆一 16:28

其实你，你们最后不是卖媒，不是卖机场广告，是卖增长的解决方案。

说话人 1 16:33

哎，对，是是是，没错，所以我们现在就选择，那现在客户说来，那个赵总，你要是把我的企业今天给我增加 1000 万、2000 万业绩，我给你百分之两三百万随便给你投，没问题。

周庆一 16:45

你跟他说，我说你不是2万，我说你就 3000 万呀，这还能承诺？对。行吧，我们具体那个线上我们沟通，好吧？

说话人 1 16:52

行，好，谢谢啊，朱老师，哎，好，谢谢。

周庆一 16:58

好，再见啊。

说话人 1 16:59

欢迎来新疆啊。

说话人 4 17:01

好。

周庆一 17:04

还有吗？没了。