

# 广告人入行常见Q&A 100

写给非广告人的广告常识-adernous 出品 @偶就是那个鬼-ojsngg 编写

本电子书为「一起搞毛线」众筹1  
元档回报，感谢您的支持。

Q  
01

广告新人入行起薪是多少？

城市不同、公司不同，大有不同。

我接触到的信息，北、上、广大公司起薪在3.5k左右浮动，往左还是往右，不看颜值看能力值。骚年，你要刚入行就能力挽狂澜，老板吝啬的钱，对家会补给你，但我相信老板不会给对家这个机会。

工资这事儿，两个字：交换。一句话：羊毛不会出在猪身上。

Q

02

如何提升我的XX技能？

甬管XX是文案、设计、策划还是啥叉，但凡在广告范畴，鬼鬼以为，提升XX功力的方法唯三：唯仿、唯熟、唯生活。

Q  
03

帮我看/改改我做的广告？

一般，我不看；

非一般，看了也不改。

除非这事儿我有决策权，不然我既不看也不改。

这种“外司的和尚更会念经”的癌，更多时候是在解决问题的道路上自行增加一个外来把关人，天降的把关人跟大雨一样，淋人一身湿。



Q  
04

担心试用期过不了怎么办？

牛逼广告公司都不会怀着“招进来试，不行就开”的心态招一个新人。不管是指导还是老大，我们的现在就是他们的曾经，他们连带新人的耐心都没有，也不会做到指导和老大？把心放回肚子里，把态度放正了。有事好好做事，没事好好学习。担心就像预言，你永远不知道它会不会成真。你成天瞎担心，这事儿挺让人担心的。

Q  
05

什么样的人适合做广告？

画得好（设计）、写得好（文案）、逻辑好（策划）、英语好（AE）、编程好（技术）的人，有入行优势。但放长远来说，要热爱、能坚持，哪行都有它的爱与痛，哪儿有适不适合做广告一说，大抵都是将错就错。什么人适合不知道，常问这句话的人，不太适合。

Q  
06

如何学习广告运动背后的规律？

学习某个广告，得找到解构创意的方法。画面和文案解构出创意。画面看排版、配色、字体、光感；文案最多9部分：标题、副标题、内文、广告口号、随文、产品名、品牌名、广告语、免责声明。最终从创意表现找到具体策略，因为策略才是广告背后的隐形推手。

Q  
07

怎样的广告公司值得长待？

好公司。什么样的公司称之为好？ 跳转至Q10。



Q  
08

如何写好一则文案？

写对再写好。写对看三点：策略、行业和受众；写好看一点：清楚传递信息的基础上制造戏剧性。

文案就是写产品使用或体验报告。使用或体验越久越细致越容易写好，使用或体验越少写得越好可能就是编得越离谱。

Q  
09

什么样的老板值得追随？

作为老板，广告公司和公司的广告人就是ta的作品，如果ta不重视公司的经营和福利的创意建设，光是到处吹牛跟你谈梦想，是不值得追随的。  
简单粗暴点就回答自己一个问题：我想不想成为ta那样的人？

Q  
10

如何评判一家广告公司？

广告公司看三点：创始人、作者、作品。

创始人的从业履历、个人能力、过往学历和生活经历，直接决定这家广告公司能笼络多少牛作者，牛作者创造牛作品。

Q

11

如何看待行活儿？

伏尔泰的弟弟伏尔加说：我不赞同干行活儿，但我誓死捍卫你干行活儿的权力。

有人唱RAP，有人唱美声，有人唱三俗；有人做创意，有人搞媒介，有人干行活儿。

感谢每一个行活儿工作者，是他们让你显得格外出众，包括秀发。



Q  
12

如何评价一则广告好不好？

判断一则广告好不好，不是看它酷不酷、炫不炫、逗不逗……而是看它有没有有效地解决甲方的问题。  
有效的广告就是好广告，是不是有效，交给市场检验，而不是广告节。

Q  
13

广告行业升职加薪秘诀？

练好基本功， 做一个解决问题的人， 慎跳槽。

Q

14

广告新人如何找到一份好工作？

就业三靠：靠学校背景，名校生找工作依然相对容易；靠家庭背景，有关系就多些推荐的好去处；靠个人实力，在知乎回答了一个被满世界转载的问题也是一种实力。

放至广告行业，做一份印满你个性的简历，整理一份装满你创意的作品，找业内学长学姐推荐，敲门会更顺利。

Q

15

参加广告培训到底有没有用？

有用，不然培训行业如新东方者是怎么做到上市的？但是，仅对学完会去用的人有用。广告没有英语这门技能立竿见影，它要长期实践内化，且要应对常换常新的变化。不论是学校教育还是外界培训，贵在引导我们走上自我教育。教育最终还是靠自学，培训是自学的催化剂。



Q

16

文案应该不止是体现在文体句式上，更应该是传达概念上，但实际工作中很多时候会局限在找一种文体句式去套用，挺没意思，文案功底其实也是停滞不前的怎么办？

扫除文案停滞不前困局的前提是找到问题所在，而你找到了：套用文体句式。你已经在破局了，不是吗？

常套用一种文体句式当然没有意思，吃多了山珍海味都会想吃萝卜白菜，换换口味就好。所有风格的文体都套用一遍后，你就是文案多面手了，这前途太美好不敢多想。

Q

17

做文案，需要恶补设计软件吗？

你这问题可以入选“一句话证明你是广告新人”的神回复了。如果你在一家没有设计的广告公司，那么很需要；如果office办公软件属于设计类软件，那么很需要。也有说技多不压身的，就看你是哪种情况，若是第一种情况，建议跳槽到正规广告公司。

Q  
18

怎样的广告值得传播、学习？

所有文案清晰可见的好广告。不管多牛逼的策略，最后都靠设计和文案执行。文案清晰可见的好广告，设计和文案才能不费劲的吸收并发现广告制作的规律。好广告来自大品牌的如可口可乐，经典的如历年戛纳广告作品集，系统的如MINI官网广告。匹配吸收能力的好作品最好。

Q  
19

非科班做广告很没优势吧？

世界上最有权势的职业人都不是科班：美国总统是选出来的。  
科班仅仅证明了广告是可以在大学里教的，并没有证明非科班就不能做或做好广告。就像厦大吴叫兽20年来一直身体力行的：没领证也可以跟学生发生性关系。这真是个糟糕的比喻。



Q  
20

广告人该如何准备简历？

简历要准备**两份**。

一份是什么智联啊无忧各大招聘网站通用型的，这份是给**HR看的**。

一份是职位作品集，比如文案的文字作品。这份是展示你的才华和广告素养的，给HR浏览，主要是**给HR转给各部门老大看的**。

Q

21

如何准备第一份广告作品集？

以文案为例。如果你想成为文案，不会写就**翻译**，如翻译10000张英文广告整理成册；不会写就**仿写**，如仿奔驰的“the best or nothing”写出“give me five or fire me”。不会写就**借用**，如顾城的“黑夜给了我黑色的眼睛，我却用它寻找光明”做成飞利浦照明的文案。

Q  
22

没做过广告，从哪里入手？

如果是刚参与一个case，从读简报开始。如果还没有进广告公司，从自己入手。比如把自己的简历做成一份广告，比如给生活中接触的品牌写广告语，先给QQ、知乎、豆瓣还是陌陌来一句？

Q  
23

给我推荐些广告入行书吧？

文案方面：国外的《the copy book》，国内的《小丰现代汉语广告语法辞典》；创意方面：国外的《如何激发成功创意》，国内的《创新启示录：超越性思维》；广告方面：国外的《一个广告人的自白》，国内的《广告人手记》；营销方面：国外的《营销管理》，国内的《超级符号就是超级创意》。私人观点，亲身体验。



Q  
24

帮忙想个名字、写个文案、  
做个策划么？

亲爱的，广告公司就是专门做这些事情的。那么问题来了，广告公司有免费服务的吗？可以找人调研、讨论、参考，但千万别变成情感绑架。懒惰是病，得治，晚了就成癌。哎。

Q  
25

去广告公司面试要怎样准备？

带上简历，带上作品，带上真诚。面试的绝招就是多面试。录用了是缘分，没录用不代表咱无能。当然，在这之前，你必须百度下你的面试公司和面试官。知己知彼，百战不殆——孙子说的。

Q  
26

要交稿了，写不出来咋办？

作家约翰·斯坦贝克的做法是“假装你不是在写给你的编辑或者读者看，而是给一些亲密的人，比如你的姐妹，你的母亲，或者你喜欢的人。”  
最直接有效的方法，无非是写或再看简报资料再写。结果可能出些很烂的文案，但任何事情都是从烂到好的，烂西瓜相反。

Q  
27

28岁还转行做广告吗？

28岁马云兼职创业，28岁翁帆嫁给82岁杨政宁……28岁有神马不可以？别给我整你快要30而立了，30算个毛线呀……山德士上校54岁才在全美授权肯德基经营，褚时健75岁东山再起种橙子……此处省略10000个成功学案例……就说广告业内，孙大伟32岁开始做广告。全看转行心态。



Q  
28

怎么判断有没有做广告的天赋啊？

勤快、善学习、能坚持。有这三个优点，妈妈再也不用担心你做广告没有天赋了。天才是1%的灵感加上99%的汗水，不是我说的，也送给你。另外，据说有天赋的广告人最后都离开了广告界，比如安迪·沃霍。

Q  
29

请问某地有哪些好广告公司？

做广告，北、上、广。好公司群集在这三大城市。大部分4A是好的，如奥美、BBDO、智威汤逊、DDB、天一、Y&R等等；绝大部分的创意热店是好的，如Anomaly、佛海佛瑞、LD、W+K等等；绝绝大部分4A总监级大佬出来开的公司 is 好的，如远山、天纳、不只、天与空、文明。最终得看人看作品，比如山东济南的明恩传媒做动画短片很赞。

Q  
30

请问有哪些好的互动广告公司？

好不好，进去才知道。就我看到的作品而言，我个人很喜欢环时互动、W、isobar、AKQA、ogilvyone、VML im2.0。

Q

31

自己的创意被说抄袭怎么办？

如果你确实没有抄，看后面这段话。哪个广告人敢站出来自己的广告从来没有别人广告的影子，鬼鬼当即给跪，或多或少，愿不愿承认的问题。你愿意把你作案的参考资料分享出来，鬼鬼就能立即帮你指出来，不愿意也可以通过追踪查到，现在的网络多发达，多费点时间而已。



Q  
32

为什么说抄袭是一个不值得讨论的话题？

因为没有统一的清楚的判断标准。丈量的尺子不同，结果也完全不同。一个创意，被极少数人抄，它就是纯粹的抄袭；被大多数人抄，它将成为创意法则。比如纽约城市广告I ♥ NY的I ♥句式，绝对伏特加的瓶形。摸着良心做广告就好。

Q  
33

设计想转文案没经验怎么办?

经验是这样一种东西，有了它做事心里更踏实，没它不代表不能做事。设计有文案需要的创意能力，你若不是为了逃避设计的难而是喜欢用文字执行创意，转文案不就是和老大谈一次心的事情吗？

# Q 34

在本地公司做了一年文案，再转行做了大半年旅游策划，随后回到广告公司，至今做了半年互动。现在有机会去安索帕这样比较好的互动公司，但同时又想去4A这种传统公司，练好文案，学习一些品牌策略方面的。请您给点建议。

恭喜你，摆在你面前的是两个很棒的选择，4A哪家我不知道，但安索帕是一家不错的国际广告公司。你现在是能挑还是被挑得想清楚哦？好比两个美女站你面前，能娶和想娶是两码事。不管怎样在能的基础上选择喜欢的，你说的品牌策略大公司都能学到，恰如和什么样的女人都能学到爱情。

Q  
35

请问存在一套适用于不同客  
户的做案模板吗？

作业流程，成熟的广告公司都有自己的一套，比如奥美的360°。具体到客户的作业方案同一套？别闹，上帝会发笑。



Q  
36

求职AE该在哪里加强？

亲和力是必须的，练好英语未来上升空间大，毕竟大部分4A的头都是从AE上去的。英语好不好，不看四六级成绩，看能否和老外对话or对骂。我说的是国际广告公司标准，本土大多数广告公司AE根本用不上英语，但不管国际国内的广告公司的AE，和谁都能聊得来的亲和力是必须的。

Q  
37

发现自己创意思维很不够，  
怎样可以突破这种僵局？

学习+实践。不管广告技巧还是创意思维，都是可以学习的。学习就是把一个完整的广告运动拆开来，让人看到广告运作背后的构成、制作和发布规律。实践刚好相反。

Q  
38

待在地产广告公司拿月薪万元，还是去4A去追求广告梦想？

或许每个广告人都有一个热血的曾经，都有一份想要改变这个世界的初心，具体来说就像每个广告人都曾或多或少有点4A情结。广告人是否一定要去4A走一遭，别光问内心，也别光问梦想，请先多读几遍李某某的这段歌词：当我尝遍人情冷暖，当你决定为了你的理想燃烧！生活的压力与生命的尊严哪一个重要？

Q  
39

做设计一年了，一直很力不从心，总是做不出好的东西，也没好的创意。打算辞职去学3D，又怕浪费钱和光阴，请指点一下。

设计是相通的，你不突破瓶颈而选择逃避的话，在CG行业也找不到成就感。你可以尝试给自己出题，然后用纸和笔尝试CG创作或产品设计，如果你确定在这个领域有天赋，再尝试。



Q  
40

想跳槽又没有作品， 我该何去何从？

原地不跳，打消各种幻想，做好手头的每一件小事情，直到积累出来一个大作品或足够多的作品，再骑驴找马。还有个方法，额……重回新人，接受降薪。

Q

41

鬼哥，想请教你个问题。我是不是不适合做文案。太炫技或者风格太单一。

京东说它12年没变，但人的能力是会变的。文案都有天生擅长的文风，若刚好和服务的品牌调性一致，可算中了彩票。概率很低，因此大多数时候得熟读琢磨品牌原来的广告，然后模仿、模仿、模仿成我们的新文风。你不会是想转行吧？

Q  
42

你那里有预算很少，但传播效果很好的案例吗？

哪有的呢？我也想要。预算很少，效果很好，肯定烧脑。烧脑做出来的好案子可以被轻易复制，效果怎么能算好？别想着做伸手党，赶紧团队脑暴。一定要的话，上《广告档案》吧。

Q  
43

鬼鬼，求一些好的图片素材网站，万分感谢！

全景图片、华盖创意、高品图片、FLICKR、deviantart、500px。还有  
超级人工图片功能： 百度和谷歌。



Q

44

从地产广告公司辞职，去了social公司，没做多久又辞了。面试过新媒体、智能硬件、APP、行业协会、化妆品企业、P2P……彼此都瞧不上彼此。转了一圈回到地产广告公司，结果心态变了，想辞职再来一次告别，没有勇气面对未来，如何是好？

作为局外人，我想说：这！特！么！不！就！是！年！轻！的！第！二！  
性！征！吗？作为局内人，我能想到的唯一的解决方法就是：扛和熬。  
这事儿，没人能帮咱。

Q  
45

之前做销售的工作经验对找广告相关的工作帮助大吗？

过去的经验怎么没用了？项目经历啊啥的都写上呗，就看你面试的公司怎么想的喔。有些广告公司喜欢你这种野路子，有些就要科班，每个波士不同，你真的需要统一答案吗？

Q  
46

想进4A，有没有好的方法？

了解公司，看准团队，作品敲门。俺看到的一个不成文的可能的规律是：越是新人，好的简历越有用；越是资深的，越要靠推荐。越是非4A，好的简历越有用，越是4A，越要靠推荐。把你的成长公开在网络是一种安全省事儿的做法。

Q  
47

如何快速地了解广告行业？

任何一个行业都能透过行业五牛来快速切入。五牛就是：牛人、牛作品、牛著作、牛公司、牛媒体。比如学广告的，牛人如大卫·奥格威，牛作品如绝对伏特加的广告，牛著作如《一个广告人的自白》，牛公司如奥美，牛媒体如写给非广告人的广告常识。成功植入，欧耶。



Q  
48

问个现实的问题，都说广告行业过了黄金时代，我还要去做广告吗？

这问题现实的很骨（hun）感（dan）。黄金不会过时，时代总有交替。过了黄金时代就不做，那如今没有多少行业给你选了，移动互联网创业正在风口，不妨去那儿做只猪。话说回来，做不做广告，更多看你能不能做好，养家糊口还能多一度热爱。

Q  
49

急求某书，到处都找不到，能  
帮忙找到吗？

好问题。急求又找不到，肯定是绝版老书，大陆禁书等。先上某宝淘一淘，再去某夫子网挖一挖。百度都找不到的话，让人从香港、台湾等地帮你带（嗯，有些旧书店也干这事儿）。很多老书在老广告人那儿有，可让广告公司的前辈帮你影印。最后的最后不要忘了上国家图书馆。

Q  
50

收藏了好多广告资料，都没回头看怎么办？

收藏不宜过多，去粗取精，挑些好的留下。看精一些资料，吸收作者的思考角度和创作方法。另外，做广告不能满脑子都是广告，所谓功夫在诗外。到诗外生活里去，涨姿势和增见识。

Q

51

广告人经常上的网站有哪些？

国内的，数英网、广告门、topys、创意功夫网、麦迪逊邦、梅花网、welovead；国外的，adsoftheworld、fwa、adweek、adage、campaignbrief。非专业的网站太多了，我之前写过一份《100种文案充电站》，你能找到的。



Q  
52

ART是不是要求手绘能力很强啊？

敢画就好，手绘一般用在前期手稿沟通阶段，不是最主要的技能。至于用插画来表现的IDEA，一般会找专业插画师完成。不用外援完成插画，无疑你更有价值了。

Q  
53

文案新人，天天被毙，没用一个，正常吗？

很正常。新人前一个月都正常。你要写出用得上的稿子，得了解项目吧？了解项目得融入项目团队吧？融入项目团队得适应工作流程吧？每一个小细节稍不注意都会使你的稿子写得牛头不对马嘴。解决好手头上的每一件小事情，一次不行就两次，似魔鬼的步伐。

Q  
54

非科班学生找广告工作比较困难？

杨海华、金鹏远、叶茂中、邱欣宇等等，很多业界高手都是非科班的。你要找设计类工作，用你那创意的脑袋好好设计一下简历。平时多做些作品，就拿别的稿子参考，激发不同的创意，执行出来。有了好简历、好作品，入行不难。互补问题见Q19。

Q  
55

都说学广告的要多读书，我现在去图书馆都不往文学那块跑了，这样下去是不是很不好啊？

任何成熟行业，源头性、经典性和现象性书籍拢共也就10来本。拿营销来说，源头性的如《营销管理》《定位》，经典性的如《超级符号就是超级创意》《切割营销》，现象性的如《微信思维》《参与感》。看完三性书籍，入行没问题，再边实践边充电。



Q  
56

学广告的，读完本科是工作积累经验好点还是  
考研继续学好点？想进广告公司，是不是实践  
经验比学历更重要呢？

经验比学历重要，解决问题的能力最重要。学历大多数时候是面试官对你综合素质的初步考量。去专业里找自信，越是没自信的人，越是什么都做不好。有个说法是一个刁钻而专业的客户比十个广告专业教授教你的东西还多，还有一个说法是学历在广告行业就是老黄历。

Q

57

胡哥，我现在和我姐夫创业了，我们现在做的是和“童子鸡”“叫花鸡”差不多，名字想好了，现在差一个文案和宣传页了内容，内容不知道怎么写，能引起别人阅读。

简单的方法是，找一个你认为写的有阅读兴趣的品牌，根据你们的内容做仿写，仿写完再修改。

Q  
58

不做广告人，你会去做什么？

有当作家的，比如李欣频；有做杂志主编的，比如叶蕾；有做电影导演的，比如乌尔善；有做歌手的，比如谢帝；有作词的，比如黄霑；有自创品牌的，比如陈格雷；有自由职业者，比如作业本；有去甲方的，比如我……欢迎继续发想“广告人转行大全”。

Q  
59

有哪些适合广告人看的电影？

电视算在里面的话，《广告狂人》会是提及率最高的。我曾经列过一个豆列《广告人绕不过的专业电影TOP50》，推荐了50部能在逻辑、故事和创意上给我们启发的电影。这50部刚好涉及到产品、品牌、文案、创意、营销、策划、促销、销售、制作等与广告直接相关的话题，所以单子里用了“专业电影”，看完就能用，干货啊干货！！！！



Q  
60

有哪些比较牛逼的广告人？

平时关注文案出身的广告人比较多。喜欢的大致有这些：FREDDY BIRDY、DAVID ABBOTT、乔治·路易斯、威廉·伯恩巴克、Neil French、孙大伟、范可钦、刘继武、卓圣能、石孟慈、毛静茹、蔡莉莉、张亮、明仁新、俞静、李耀斌、汪宏蕴、秦淑芳、杨海华、劳双恩、林少芬、曾锦程、曾德龙、王彦铠、王铮、许舜英、叶茂中、丰信东、华杉、龙杰琦、杨舸、林永强、胡戈、邱欣宇、尹云从、祝为君、苏秋萍、王勇、乐剑峰。

Q

61

公关和广告隔得究竟有多远？

我没做过公关，偶尔听人聊起也常和搞关系绑在一起，后来看到刘希平等资深人士，把公关玩得风生水起，才明白，公关也是一个好玩有趣的职业。不管公关还是广告，都是解决问题。公关和广告有时也不分家，例如蓝色光标投资了天与空，收购了今久。

Q  
62

广告人该如何自我修行？

建一个个人网站，或者将自己的资料库和广告心得分享到免费的网络平台（如微信公众号）上，留下你前行路上的美好。即便有一天你离开这个行当，你带走的会是美好，不是愤怒；你留给别人的也会是美好，不是抱怨。

Q

63

第一次写长文案，写了好久也没感。  
鬼鬼，请问你是怎么写长文案的？

长文案是由一段一段的短文案组成，所以能写好短文案就能写好长文案；短文案是由一句一句标题组成，所以能写好标题就能写好短文案；标题是由一个一个关键词组成，所以能提炼出关键词就能写好标题。我就是这么由关键词写起，由少到多写出来的。



Q

64

为什么甲方不CARE我的创意？

广告是广告公司的产品，我们关注创意就是关注自己的产品，无可厚非。但对于甲方，广告仅仅是他们产品的推广工具之一，它要的是广告为它推产品的功能。乙方更关注创意，甲方更关注生意，我们在说甲方不懂创意的时候，也该自问这个问题：我们是否触及了他们的生意？

Q

65

天天做PPT，做到无感了，PPT还是  
做得一坨，有没有药？

给你开两剂药，干掉PPT：结构式地想，填鸭式地做。所谓结构式，最简单就是像数鸭子一样把所有想到的部分用数字标好；所谓填鸭式，把想到的所有部分的所有的内容填好。把每部分都当成系列广告来做，把每页当作一副平面广告来做，能用图就不用文字。



进了广告公司，文案在2-4年内的  
发展大概是怎样的路径？

文案晋升通道常见是8步：文案（CW）>资深文案（SCW）>文指（CWD）>副创（ACD）>创意总监（CD）>群创意总监（GCD）>执行创意总监（ECD）>首席创意官（CCO）。具体呢，各地区、各公司、各行业又有些不一样。比如很多地产广告还有实习文案、助理文案、副文案指导等等，比如很多4A还有一个介于GCD和CCO之间的职位叫创意合伙人（CP）。2-4年能到哪个位置？请转接算命先生！

Q  
67

是不是互动广告公司更有前途？

绝大多数互动广告公司，都是从传统广告公司转型的、有好手艺的广告牛人做出来的。互联网，不管PC端还是移动端，都只是广告的一个巨大媒介。它的出现并不会改变广告生产制作的根本规律，它可能需要广告人根据网络特性调整广告内容和传播策略，但都是继承性的调整。



Q

68

如何挑选适合自己的广告公司？

能够得着的最好的广告公司是最适合新人的广告公司。  
挑广告公司跟找女朋友是一样一样的，咱看得上它还得它中意咱，就像鬼鬼一直喜欢志玲姐姐，但志玲姐姐甩都不带甩我的。够得着的最好的是最大的原则。

Q  
69

什么时候选择跳槽才是一个比较合理的时机？

调查显示，每年开春后的3月4月和入秋后的9月10月都是频繁的跳槽季，广告行业自然不例外。就个人来说，最好的跳槽期，不在春季，不在秋季，在翅膀硬了季。所谓翅膀硬了季就是掌握了作业流程，有成熟的项目经验，有自己的行业观点，以及能自由驾驭项目。等等。

Q  
70

写的机会不多，又担心写得烂，咋办？

大可不必担心写得烂，烂是新人的特权，但永远烂不是。  
想要写得好，没有诀窍，就是写，坚持写，抓住一切机会写。用微博、  
微信、短信写短的，用邮件、博客、论坛写长的。  
你这提问不就是很不错的开始？

Q

71

一个文案得会写多少种文案？

你可能遭遇的51种文案。

**纸媒文案**如>海报、报纸、杂志、户外、别册、DM、软文、包装、扇面、桁架、展板、灯箱、车厢、电梯、地铁、明信片、名片、台历、楼书、围挡、条幅、贺卡、请柬、POP…

**网媒文案**如>eDM、病毒视频、banner、贴片、微博、分享文案、文字链、互动视频、flash、百度知道、百度百科、官网、minisite、帖子、电子杂志、宝贝描述…

**电媒文案**如>TVC、广播、宣传片、LED、霓虹灯、报奖视频、字幕…

**指媒文案**如>短信、APP、微信、微官网…



Q  
72

老想不出好创意，咋整？

好创意，往往来自对外界的不满和内心的强烈不安。是不是最近由内而外的平和？想方设法找刺激吧？比如先借我12万，然后我写个欠条保证一辈子不还你。保你立刻脉动回来。

Q  
73

这段时间对文字、广告、创意的嗅觉降到了  
零点，求救！

经亲身试验发现，长时间爆炸性密度地做同一件事情，敏感度会像立春的冬意持续下降。吃多了萝卜吃菠萝，心塞？跟着我，左手右手，一个慢动作；右手左手，慢动作重播。青春修炼回来了没？

Q

74

如何看待别人说咱写的东西就是垃圾？

心情好的时候，我是这么看待的：许我写就许人说，挺好。京东还被马云舌箭呢？去听了听王菲1985年的首张专辑《风从哪里来》，也蛮多瑕疵的，我就放心了。心情不好的时候，我是这么看待的：亲爱的，您不知道有一个单词叫gun吗？

Q  
75

做好广告该怎么吸收信息？

吸收信息，要像妓女，有胸有怀，才能来者不拒，来者不绝。释放信息，要像贞女，有矜持有坚持，才能精品迭出，佳作不断。个人观点，与妓女和贞女无关。



Q  
76

我有一个梦想，做一个好文案，但是每天的工作累得像狗，做得想吐，没啥新意，有招么？

梦想就像秉性，难改，有就始终会有，没有不必强求。过了少年得志的年纪，就好好过日子，做好一事无成或者大器晚成的准备。别动不动就我有一个梦想，你确定你叫马丁·路德金吗？

Q

77

广告人的出路在哪儿？

我觉得吼，牛逼的广告人一生只做三件事，第一，培养一门基本技能，入行养家糊口；第二，建立自我广告体系，挣钱原始积累；第三，创建一个品牌，努力影响更多。看过笑过别照旧过千万别拗不过。

Q  
78

做策划，到底什么最重要？

策划最重要的东东，是GE反复叨叨的广告语：想到，做到。

策划关键在一个正确的方向和一个完整的思路。消费者或者说用户看到的所有广告，都是单点创意的呈现，而一个阶段内（一般是季度、年度还有特殊节日）的所有广告，背后那只手就是策划。



我想从互动文案潜入到传统文案然后拥有策略武器，这样的职业规划会不会太狭隘了？

这职业规划不狭隘，但有些迂回。好的互动文案背后都是很棒的策略洞察，比如前阵子支付宝爆出的部分登不上的问题，有一家金融产品以个人遭遇到大众的反应，吐槽了半天，最后扔出结论：不要把所有钱存到支付宝。这思维即是策略一角。



Q

80

有一年多文案经验，现在有两份工作摆在我面前，一个是小型传统广告公司，比较能够胜任。一个是大型广告公司，但怕试用期过不了被fire掉。咋办才好呢？

两份工作，你有1年多的经验，为什么选起来会犹豫不决？区别在前一个公司熟门熟路，你自觉能力没有问题。后一个公司更大更具知名度，你又想去挑战。职业选择，能力和心理承受力上找个喜欢的平衡点，然后能去大而强的公司去大而强的公司，对以后向上进或往后退都是个不错的职业跳板。

Q  
81

好几个个月了，投出的简历没人回我。我喜欢广告，我擅长广告，想要做广告，我该怎么办呢？

真心喜欢，就勇敢去闯吧。

你擅长的话，就把你的擅长展示给前辈们看。

暂时没有接到回复，不代表你不够优秀，可能是对方没有职位，或者对方还没有预算，或者它不是很喜欢你这一次的自我介绍方式。

我们要做的就是努力、努力、再努力。

Q  
82

我现在在婚纱摄影公司做文案策划，感觉跟做广告文案不大一样，有些迷茫，想请您指点迷津

你这是在甲方做营销，也是广告的一种。

嗯，婚纱摄影的我没做过，不懂。但文案策划，到哪儿都是相通的。

策划关键是思路、方向、策略，文案就是在策划的思路、方向、策略的基础上用文字去表现出来，呈献给消费者。具体作业流程可以跟你们公司的前辈聊一聊。



在一家国际4A做创意方面的intern。导师很忙不常来找我，他也不喜欢我主动去找他，跟公司内部链接都有障碍。这个intern做下去的唯一动力，好像就只有公司的光环我舍不得摘了！我不是不适合呆在这里？

你能在4A做实习，必有过人的优点和能力，要知道全国262万广告人，只有不到1万人待在4A，而能不能在4A获得圆满的修行，给这个行业贡献一点点你的人生沉淀，则完全取决于你的漫长坚持和默默内秀。还在intern阶段，说适不适合尚早，可能是校园到职场过渡期的阵痛。



# Q 84

想请你指教指教文案写作。因为，我也算入行不足一年的新人，或许整个公司氛围，有时间自我学习，但缺少别人指点，因而感觉自己成长稍慢。

指教不敢当。

我可以提供两条思考路径。

1.任何文案都有规律可循，所以它可以被习得，我在文案的戏剧性里系统写了；2.任何文案都是在策略引导下的核心创意下创作出来的，可长可短，这个我在文案的侵略性里写了。

Q  
85

作为一名新人该如何去学习互联网广告？

互联网广告也是广告，广告的学习路径是相通的。  
鬼鬼之前提到的广告肥牛论套用即可，只是把范围缩小到互联网广告。  
因此，学习互联网广告，首先要把互联网广告의牛人、牛公司、牛著作、牛作品和牛行业媒体找出来。

Q  
86

请问对于一个想要涉足文案圈的人你有什么建议嘛？零基础开始的那种。

挑出你喜欢的100个品牌，每个品牌的经典广告整理1份，总共100份，以积累文案素材。把过去20年的中外广告看3遍，选出你喜欢的，以培养文字敏感度。修改和模仿100个你喜欢的品牌文案，以养成文案技能。此外，保持生活、学会观察、了解人性。

Q  
87

有没有关于时间的文案呀？

关于时间的文案很多。所有钟表品牌都避不开时间这个角度，譬如时间廊有一系列就不错。品牌强调手工品质会说时间，譬如新百伦找李宗盛拍的致匠心。美即面膜有一支说滋养的也是。每年各大节日出的广告何尝不是？试着找时间在日常中的轨迹吧。时间替换成其他诉求也是同样道理，这就是我回答这问题的目的。



Q

88

我是学广告的大一学生，刚买了电脑，所以想问一下，对于一个广告人，电脑有多重要？

电脑对广告人不重要，会用电脑吸收信息做广告对广告人特别重要。

Q  
89

上家公司的作案手法，到下家为啥很多就  
用不上了呢？

多数时候是作案流程和思维方式不一样，而公司的出品标准也是一道坎。很多本土的跑到4A或4A的跑到本土去，有时候你被上一家视若珍宝的技能到下一家就可能被视若无用。改变不了环境就改变自己吧。

Q

90

没进广告行业的时候，觉得这个行业绚丽多彩。进来后发现太多水货了，不想待了怎么办？

很可惜，你可能进了间烂公司，看到的是大多数行业职场的阴暗面。我们常常对广告行业失望透顶，很大原因是我们对它抱有太大的希望，并且忍不住会以理想状态来衡量这个行业。比如既然做广告就得有创意，其实本质上它是公司，而公司的本质是盈利，而盈利与创意之间不存在必然关系。

Q

91

给品牌命名有哪些方法？

一般不回答这类问题，因为简报不熟悉，权当分享我个人取名字的一些方法吧。1.创始人命名法，比如D&G；2.古籍提取法，如百度；3.i系列法，受苹果i系列产品命名的影响，你懂的；4.找个形象，便于记忆，如大红鹰；5.数字法，全球通用，如一加手机；6.句当词用，如叫个鸭子。总之，意思明白、叫得上口、利于传播、自圆其说。



Q

92

鬼鬼， 我将要去省广面试， 面试有木有需要注意的地方？

恭喜你，省广是本土最大的广告公司，非常不错。面试没有太多什么诀窍，不用刻意，就两个字：真诚。有一说一，是就是，不是就不是，知道就知道，不吹牛不自卑。记得带简历和作品。

Q  
93

我抗压差，老板表扬就瞬间精神，一批评就蒙了。  
鬼鬼，怎么破？

继续做事，多扛一会儿。有效建议吸收，无效的就当一次提醒。有些话不必在意，自己做决定。态度好、肯学习，假以时日会有稳定的作品品质的。情绪一旦被左右，越担忧就越做不好。公司招新人要培养成本，老换人对领导魅力也是减分。努力做事、用心做人，共勉一句俗套话。

鬼鬼。你每回推送的微信封面字体排版都好看得清新脱俗，可不可以教我？

先想一句和文章相关的话，然后在一个纯色底上排版。注意配色和字体的使用。我常用的是超细等线体。软件嘛，我用PPT制作再另存为图片格式。啊！不小心说漏嘴了。

Q  
95

很多人说文案要多用动词  
少用形容词，一定要用呢？

形容词不可怕，只要能物化。盛唐红，像风一样快，一个预事不靠谱的人，难以想象；辣椒红，像博尔特一样快，一个料事如天气预报的人，一目了然。



Q  
96

为什么我做的鼓励用户生成内容的品牌活动，  
用户参与度不高？

做UGC必须解决好两个问题，一是指定统一的内容标准，让用户知道要做什么以及做成什么样子；再是规定内容制作流程，让用户知道怎么做成我们想要的内容。还是不行很可能是参与门槛太高或没有引流。

Q  
97

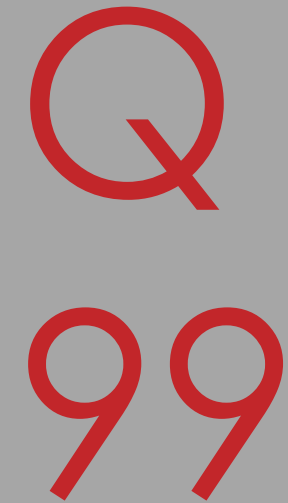
做广告，表面光鲜，实际辛苦，坚持下去的占少数，简而言之：是吃青春饭的？

青春饭与青春无关，与心态有关。一个好的广告人，不会局限于只做好设计、只写好文案、只搞好策划、只当好AE、只练好技术……这些都是基础，青春是用来把这些基础技能打扎实了……技能是基础，学会从无到有地培养一个品牌，才是一个好的广告人最终应该具备的根本素质。

Q  
98

求提高网感的书？

网感好的书有个特点：能把艰深晦涩的信息写得识得3000常用汉字就懂。  
推荐这几本：《我爱问连岳1-5》《痴男怨女问沈爷》《不愿说谢谢的人》  
《闪开，让我歌颂八十年代》《过得刚好》《在难搞的日子笑出声》  
《他们最幸福》《生命不息，折腾不止》《文学回忆录》《小女贼》系列。



有什么做SEO的技巧?

1.豆瓣内容最容易在百度搜到； 2.花瓣网轻松增加10来页搜索结果； 3.图片网站不如文字管用； 4.把关键词当标签藏进各大网站； 5.好好做内容，比如成为小众关键词的第一内容提供者。立竿见影的有，花钱砸！





有没有什么样的广告用什么样的字体和颜色这类的基础知识?

取品牌标准色、模拟自然界的搭色、多看好广告的配色、买一套色卡。  
这个太基础了，跟一个案子大概就会了。嗯，要做。

E



扫码关注

N

个别问题及答案整理自网络



鬼鬼微信

D