

红牛植入营销:善变形者胜

在内容、时间、空间、资源等方面展开的全面整合,令线上的品牌植入到线下的产品销售实现了高效率的转化。

无可否认,影视娱乐的植入式营销在 2014 年已蔚然成风。而在电影《变形金刚 4》的品牌植入中,红牛被普遍看做“植入最为流畅,出境最不尴尬”的品牌之一,不仅在电影里风光无限,还凭借红牛《变形金刚 4》纪念罐在营销市场创造了新的纪录。

内容: 品牌精神,与电影剧情高度契合

植入营销不是拉郎配,品牌在调性与内在气质上与电影的高度匹配是“婚姻”美满的前提。作为知名功能性饮料品牌,红牛一直以来所倡导“你的能量超乎你想象”的精神价值一直为大家所称道。品牌本身带有运动时尚基因,其勇气十足、积极奋进的形象与《变形金刚》系列电影所传达的内涵极为契合,加之现实生活中红牛正好拥有一支车队“RedBull Racing。”所以,当影片中的男二号——红牛车队的赛车手肖恩·戴森(杰克·莱诺饰)驾驶着红牛赛车与变形金刚们在战场上纵横驰骋时,观众的肾上腺激素被迅速拉升,合理流畅的剧情下,谁还会认为这是红牛在植入呢?

时间: 体验营销,分分钟“变形出发”

互联网时代的营销,不再是提前一年制定计划,再按计划行事,而是分分钟紧跟热点随时互动。在这一点上,红牛抓住《变形金刚 4》的“变形”精髓,并运用自如。首先,红牛紧随影片首映期,发布了六款主题金罐,以《变形金刚 4》中人气最高的“擎天柱”、“大黄

蜂”等变形金刚核心元素作为设计灵感,对一向传统的罐体设计进行了大胆改变,双头相抵的红牛搭载了变形金刚人物,令其原本精致的金色罐体酷劲十足。由此,品牌与影片产生了更为紧密的关联,这也让品牌与影片联合推广真正地助力到了市场与销售。影片热映期间,纪念罐一经发售便引起了“变粉”及消费者的广泛关注与好感,进而形成了大量的网络“晒单”,达成了良好的口碑效果。除了罐体的华丽变身,在媒介投放端,红牛也充分演绎出“变形”精神。影片首映前夕,红牛发布了广告片,利用《变形金刚 4》的元素拍摄了一支 30 秒的悬疑科幻 TVC 引发了大众的好奇与争论:一座影院内正在放映《变形金刚 4》,银幕上播放的汽车人激烈打斗画面吸引了所有观众的注意力,正在这时,金属碰撞形成的巨大冲击波迅速传递至影厅外的自动贩卖机内,一个全新的微型变形金刚物种迅速变形……广告发布后,成功制造了一次结合剧情期待的口碑营销,这一营销模式在众合作品牌中可谓先声夺人,赚足观众眼球。

拓展空间,全面整合

除在产品创新及广告创意发力外,为承接影片的关注人群,红牛还在渠道端进行全面布局。首先在推广渠道上,在 6 月下旬《变形金刚 4》上映前,红牛开始借势而上。观众在主流电视台、机场视频、地铁视频、电影和网络贴片等媒体都能看到以《变形金刚 4》为主题的广告片;同时,街头候车厅的红牛主画面,无不传达着“红牛就是你的能量块”这一与影片内容紧密契合的设计理念。通过这些推广渠道来覆盖大众,并精准吸引与电影关注人群相



同的目标受众,形成了映前密集的宣传期。

而在线下,尽管首映当天一票难求,红牛还是选择在午夜包场进行观看《变形金刚 4》的体验活动,吸引了大量媒体及营销人士前往,获得了产品体验与事件营销的良好口碑。此外,片方在中国的“变形金刚巡展”中也能看到红牛的身影。整体联合推广下沉至消费者的生活场景,与前期的宣传推广形成了完整的整合营销推广链。

在销售渠道上,单罐纪念罐在线下售卖,而消费者如果想要一次性购齐全部六款产品,最快捷的方式是通过电商渠道进行购

买。据了解,迈克尔·贝非常看重此次与红牛的合作,在产品尚未量产前自己便率先收藏了一套;而无论对于《变形金刚 4》影迷还是红牛的支持者来说,成套的纪念罐套装同样具有着相当的吸引力。因此,第一批 20000 件纪念罐套装上线仅 20 分钟内便售罄。

总体来看,红牛此次植入《变形金刚 4》,在内容、时间、空间、资源等方面展开了全面整合。线上的品牌植入到线下的产品销售实现了高效率的转化,成为与该片“联姻”的诸多植入品牌中的大赢家。

(中国经营报)

融入 MBA 教程中的行动学习法(下)

■ 先飞 / 译

教程评价 / (Course evaluation)

因本教程主张从经验中学习,所以学员对经验的反馈于提高教程质量变得非常重要。Harrison(1996)认为:有必要对本教程进行长期和缜密的考察;同时有一点很重要,那就是清楚地展示本教程的有效性。上述的讨论试图尽可能全面展现该教程的有效性,但不管怎样,若想确保该教程获得持续地肯定、认可(本教程已通过英国 MBA 协会的鉴定)和支持,则成功范例和有效性的证据必不可少。

毕业学员的工作质量可以衡量本教程的成功与否。迄今为止,40%提交给工程管理 MBA 教程中进行了研究的管理项目被评为优良项目。比例之高,令其他教学模式难望项背;另一方面,不出所料,由于该教程的深度和实用性,学员的学位论文可谓佳作迭出。

作为严肃的教程评价,依据我校的传统和校规,应当向已经完成学业的学员发放调查问卷,然后分析回收到的信息并反馈给课程管理委员会(Course Management Committee)。这种格式化的反馈的确反映了真实心声:一方面,学员毫不留情地抨击了问卷的简单化和肤浅化;另一方面,他们认为这种调查评价方式和教程本身所主张开诚布公的特色格格不入。显然,学员认为这种方式考虑欠妥而不肯买账……

随后,我们采取了学员提出的一种更正式也更透明的反馈渠道:在学员与协调员之间展开对话,六个月一次,360 分制,采取以下的形式进行评价:

- A. 有哪些可取之处?
- B. 有哪些亟待改善?
- C. 有哪些在将来需要另辟蹊径加以处理?

很自然地,这种反馈会议会令学员与协调员之间有许多方面需要达成共识。通常来说,在听取学员关于行政和程序上的建议并实施调整后,往往使人感到这种调查方式的积极意义是不可否认的。获得的评价显示了对行动学习法坚定的支持,并积极肯定了像在学习小组的角色那样举行学员与协调员之间的对话;所收集的评价资料也为法定认证机构进行更深层次的考察提供了有力证据。

同时,学员就该教程的有效性和影响力各抒己见。认为进行评价的最好准则(best benchmark)之一,是成功学员的本身,以及该教程对他们为人处世和经营之道的积极影响。近期一位名为 Paul Carpenter 的毕业学员,荣获了 IFAL 奖(国际行动学习基金会 International Foundation for Action Learning),他在 IFAL 举行的一次研讨会上深情陈述:究竟是什么东西使得行动学习法如此独具一格?是因为注重拓展学员的学习能力。我的亲身经历让我深深意识到:在当今日新月

异的环境中,该学习法能够正本清源,比传统教学法更胜一筹。

Paul 就行动学习法的深度、质量、实用性所发表的看法,道出了行动学习法在他身上之所以成功的诀窍,这一点,其他学员也深有同感。另一个毕业学员,George Reeve,在“反省报告”中说到:

在年度总结中,我以前的上司,一位常务董事,给我一个“合格”的评语。令我倍觉惊喜的是,他说,我的工作方法同近年相比,已经提高到了今非昔比的地步;我的前任,项目工程师,视野狭隘,常守陈规陋习;现任的我,职业经理人,全盘考虑,注重团队业绩。

我相信,当在工程项目中磨练成熟时,我的学习成绩便达到了该 EMP MBA 教程要求。在以前接受的教育中所缺乏的东西——便是对管理的全面认识。EMP MBA 教程提升了我的能力,帮助我从业务中解脱出来,并且促使我对企业管理有了更深的理解。对于高层管理者,这种理解或比较全面的理解为有效对企业作出贡献提供了必要的方法论。

George 阐述了拓展管理视野的一种途径,这种拓展及其目标,如上文所述,通过行动学习法教程有望得以实现。

还有其他乐在其中的学员将这种学习模式奉为圭臬,David Fitzwilliam 便是第三个例子。他在供职单位采用行动学习法当作个人和在组织共同拓展的方法。也就是说,此君把这种学习方法进行了“移植”——这是行动学习法在影响力方面一个出人意料成果。

有关行动学习法之影响力的佐例可谓层出不穷,在修炼 MBA 教程过程中,很多学员提出的策略被用人单位采纳,并在教程结束之后还继续执行。事实上,学员在学习过程中已经塑造了自己的新形象。更为显而易见的,学员的流失率相当小,他们绝大多数会在教程周期内或教程结束之后一直为用人单位尽心尽力。尽管具备种种优点,但我们还是要清醒地意识到:这种专家式 MBA 教程所要求的开诚布公、自力更生这两个特点,并不是适合于每个人。

长期评估该教程影响力和有效性仍然有必要深入进行下去。除了上述的资料之外,两个长期更深入对行动学习法之影响力进行研究的工作已经展开。第一,对学员在教程中多采取的学习方法和首选的学习模式进行跟踪。之所以这样做,是因为考虑到:选择即评判,行动学习法是否真的影响着“学习如去学习”,通过学员的态度和选择结果完全可以加以佐证;第二,有效地探明学员如何进行观察的规律,以便协调员获取到在小组讨论学习中如何产生“非预期学习(unanticipated learning)”的途径。这种想法不失其新颖性,然而迄今为止,收效甚微。即便如此,但以初步反馈回来的信息来看,应该对这种想法的思路予以拓宽加深。

现有的例子中,已经清楚证实:因为学习小组“质问”学员,从而促使了学员洞察力更

趋深邃;经过该 MBA 教程洗礼的学员,对用人单位产生了(正面)影响。我们正紧锣密鼓地对这类资料进行分类和整理,以期建立一个详尽的数据库,用以记载由 MBA 教程所衍生的、更广泛的学习类型和领域。

挑战和局限性 / Challenges and Limitations:

上文正面论述了本校管理学院开设的、以行动学习法为主导的工程管理 MBA 教程。但同时,其局限性和所面临的挑战也不能避而不谈。

应当说,对行动学习法有效性的研究成果在目前尚相当匮乏。行动学习法的概念可谓简单明了,凭直觉便能察其魅力。但其更广泛的推广却颇费周折,这可能是因缺乏表明其有效性和用途的证据而导致的结果。以我们的经验以及及时企业、个人对行动学习法的接受程度,只是令我们获取了理论方面的表面效度(face validity:能够适当表达教学大纲基本要点的测验题的表面效度,即据经验或常识来判断一种分数是否有效的表征了意欲测量的能力。)而已,有必要进行更深层次的考虑。对该方法进行到位和缜密的研究,应该有助于它的推广和应用。这种研究需要进行多方面的澄清,不仅仅要探明制约企业、个人接纳行动学习法所有的不利因素,而要更多收集其有效性对学习和企业的影响两方面的证据。

对于行动学习法中开诚布公的特点,刚开始时,学员会颇觉惊讶,继而,有些学员会不太适应这种特点和学员互动的水平。因此,若打算为教程贡献力量,学员就应该具备必要的资历和水平。想从教程中有所收益,则学员必须保持足够的毅力和耐心。在早期的学习小组中,有些渴望接受传统教育方法的学员,总觉得行动学习法令他们周身不适,最后竟然快快开溜了……

之后,我们加以了改进,要求所有报名的学员在开课之前接受一次面试,以讨论清楚他们与行动学习法之间的“兼容性”,也便于更好地掌握他们的期望。因此,后来所招来的学员,在正式开课之前,便对行动学习法有了一定的了解。

所以说,该学习方法没有必要迁就所有人的需要,并成为他们的优先选择对象。也就是说,行动学习法不应该被视作其他学习或教育方法的取代物,而只是另外一种可供选择的途径而已。求学者应该按照自身背景的特点,选择适合自身的模式。

人际关系对于学习小组进行有效地运行至关重要。因而,在教程初期阶段,协调员为学习小组经济展开互动扮演着十分重要的角色。尤其在定期的教程评价中,有时不得不把一些学员叫到一旁,就他们与小组进行互动的意义、他们提问的效果性进行耐心开导。

个人与小组之间的互动也必须加强,学习小组有时不免对那些“不合拍者”(包括超前者和落后者)心存芥蒂,协调员必须及时妥善处理如此之类的变数。协调员可以帮助学习小组和学员个人识别问题;学习小组成员共同、反复提出的“质问”,则有利于反省问题的扑朔迷离,我们手头上便有反面教材;某些学员看上去对学习小组每月举行的学习会议似乎情有独钟,以至于乐此不疲,全然不想将自己手中的管理项目完工。更为史无前例的是,他们居然跑到“符合口味(catch-up)”的学习小组里,并会同其他一些“志同道合者”继续自行其是……我们无论如何无法容忍如此的肆无忌惮,便将其阻止了。后来的学习小组似乎发生了更多变数,但均表现出了共同完成学业的强烈意愿。因此,小组的动态和支持无疑会对学员完成学业产生直接影响,所以,协调员必须清醒意识到这种影响,并且要麻利地掌握学习进度,以及督促学习小组和学员将注意力集中在他们各自的管理项目上。

另外一个值得高度注意的挑战,是“行动”。如前文所提及的那样,管理项目必须在供职单位“具备可操作性(actionable,即可行动性)”。在采取行动方面,学员们可谓八仙过海,各显神通。采取行动的初衷,自然是想对企业有所影响或有所裨益,但有时确很难事事如愿以偿。如:有些做成了“半拉子工程”;有些项目无法满足企业现实状况的需求(学员兼职形式的研究有时确实会比企业的现实滞后很多);又或者无法得到企业的支持……尽管学员已经按照教程的要求尽了最大的努力,然而还是不能掌控项目,若此时一味否定其努力,就未必合情合理。因而,不能单凭正在实施行动的项目(结果)决定授予学位与否,而应该(当然至少要)把学员说明行动如何落实到位作为底线。当然,谁都知道,效果显著的项目会让人感到欣慰。这些功败垂成的例子,便是开设这种 MBA 教程令人伤破脑筋的地方:一方面,至少要令学员学会如何在供职单位有所作为,而另一方面,用人单位要有意愿和能力将学员的才干好生利用。这同时也说明一个道理:只有用人单位的认可并支持,行动学习法方能产生实效。

同时,如何在传统高校教学体系的夹缝中生存下去,这也是一个不得不面临的挑战。行动学习法的特点到底是否适合于高校教育,行动学习法与传统教育方法对此一直争论不休。如何一边面临传统高校的霸主地位和束缚,一边又维护和实施地地道道的行动学习法,这不能不说是一个头痛的问题。在上文已引用 Raelin(2000)的观点就曾提及:要

大明靖江二期——大明金属科技项目正式开工

本报讯 8月8日10:18时,在江阴市靖江工业园内,大明集团靖江二期工程——大明金属科技项目正式开工。该项目占地65000㎡,大明集团将分期投入5.8-8亿元建设厂房和购置国际先进设备,设计年深加工能力为50万吨不锈钢板材、10万吨铝材以及5万吨不锈钢扁钢。项目达标后,年销售收入计划为100亿元。大明金属科技项目的开建,将大幅提升大明集团金属材料加工与物流配送等服务的辐射能力,促进华中乃至全国金属材料加工、机械、船舶等制造产业的服务升级。与此同时,大明集团分期投资7.8亿元兴建的靖江一期——大明重工项目厂房基本完成,部分进口的镗、铣、钻床等加工设备陆续运抵车间,并进入拆箱验收、安装准备阶段。该项目主要从事业务的有碳钢、不锈钢、高性能碳钢、金属铸件的加工、锻造、焊接、处理等服务。项目建成后,可实现25万吨金属材料年加工能力,并实现50亿元销售收入。

(杨木军 摄影报道)



回收复用旧钢料 节俭又环保

本报讯 回收、复用一根旧工字钢就能为公司减少200多元的材料投入。为应对严峻的经营形势,安徽淮北岱河矿业公司规定只要地面有旧工字钢料,就一律不再加工新料,此举有效提高了旧工字钢的回收复用率。

图为工人在调查从井下回收上来的旧工字钢。

(程伟 摄影报道)



留意到高校缺乏对行动学习法的理解……这种忧虑在此再次得到了证实。一些同事看到工程管理 MBA 学员的成功之处,于是好意建议我们“应该更多点教一教行动学习法”,或许会令正在学习传统教程的学生在行动学习法的会议中或模式里有所收益。当学生明白到他们的学习方法和可以替代的学习途径时,其收益自然会有所增加。但若凭此就把行动学习法纳入传统教育方法之中,或将其视为一种学习方法进行传授,就不免有些大错特错了,因为如此的看法,说明压根儿没有明白行动学习法的初衷。因此,在高校中推广行动学习法所面临的另一挑战,便是让更多同仁加深对行动学习法的认识;并探索出恰当的途径和工具,以便促使行动学习法更好地融入现有的主流教育制度之中。

总结 /Summary:

本文勾画了行动学习法的内涵特点、实践方法和操作流程;并描述了行动学习法在本校工程管理 MBA 教程中的应用、依据该教程的成果和有效性,我们认为:由于该教程以企业为中心并注重实用性,故而带给学员有深度和体验式的学习。这种体验式学习的目的是想培养学习型经理人(learning manager),而非造就毕业型经理人(learned manager);学习型经理人,意味着即使在课程完成后的长时间内,还不断地学习、适应能力强,可委以重任、能长足进展的经理人。

若能恰到好处地处理上文所提及的种种挑战和局限性,由行动学习法中产生的学习的确能为学员与其用人单位奉献短期和长远两方面的收益。对于沉浸其中并严守其规的所有学员和企业,这种收益可谓触手可及。因此,若有兴趣的话,诸君不妨一试。

(作者: Craig Johnson/David Philip Spicer,作者单位:英国,布拉德福德大学管理学院)

国药准字H46020636

快克®

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药有限公司生产

海南快克药业总经销