

信任

是金

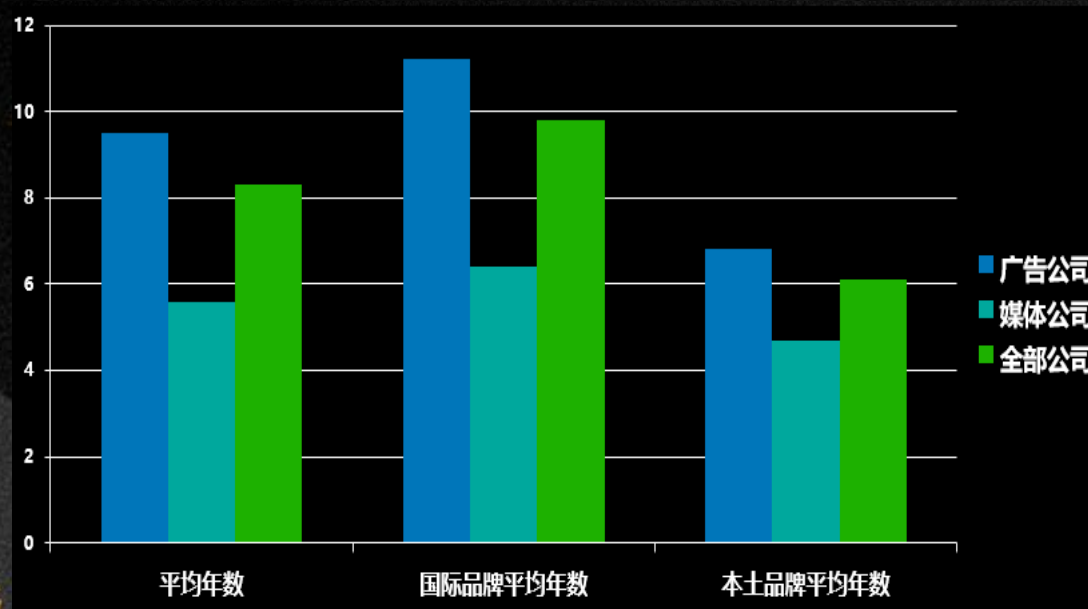
II

管理代理商共创内容营销

来自冲刺理论的思考



历届全场大奖合作周期



国际品牌平均合作年数：9.8

本土品牌平均合作年数：6.1

平均年数：8.3

所有的获奖公司与国际或本土代理公司都有着紧密又持久的合作周期
统计：2008至2017年

信任是金



A photograph of two sprinters in starting blocks on a blue track, with a large text overlay. The sprinter on the left is wearing a light blue shirt, and the one on the right is wearing a dark singlet. They are both in a low, ready position. The background shows a stadium with tiered seating and a bright sun creating a lens flare effect. The text is centered over the image in a large, white, outlined font.

从理论到实践
信任为何是金？

信任

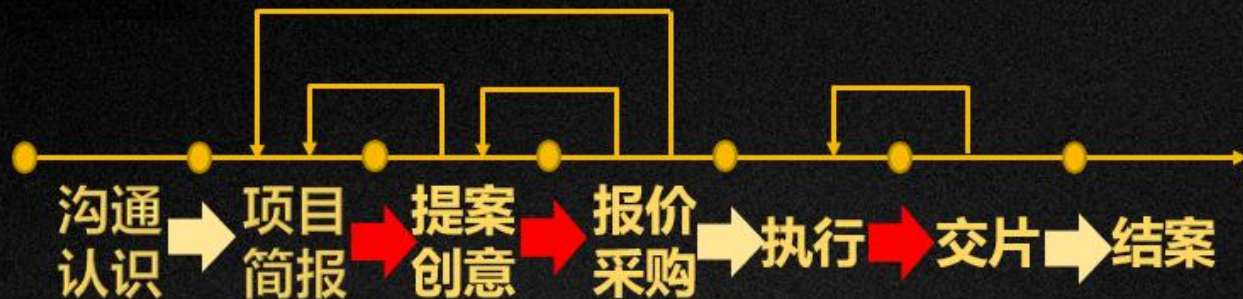
是金

II

研究背景



原有的比稿模式：



广告主的疑惑：
新的广告公司寻求合作，在没有
开始前，难以判断 等问题

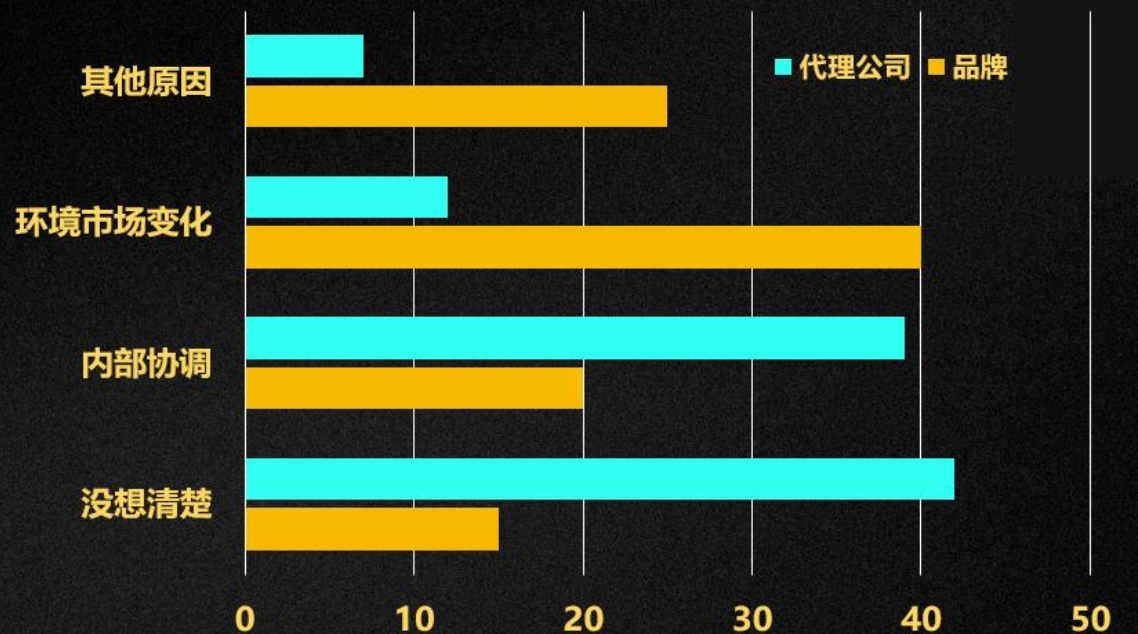
广告公司的疑惑：
开拓新的客户，沟通获得信任的
成本高；砍价；比稿 等问题

Research Question:
如何激励新的服务供应商交付满意的服务？

来自两届信任是金
14家参赛公司研究



信任是金

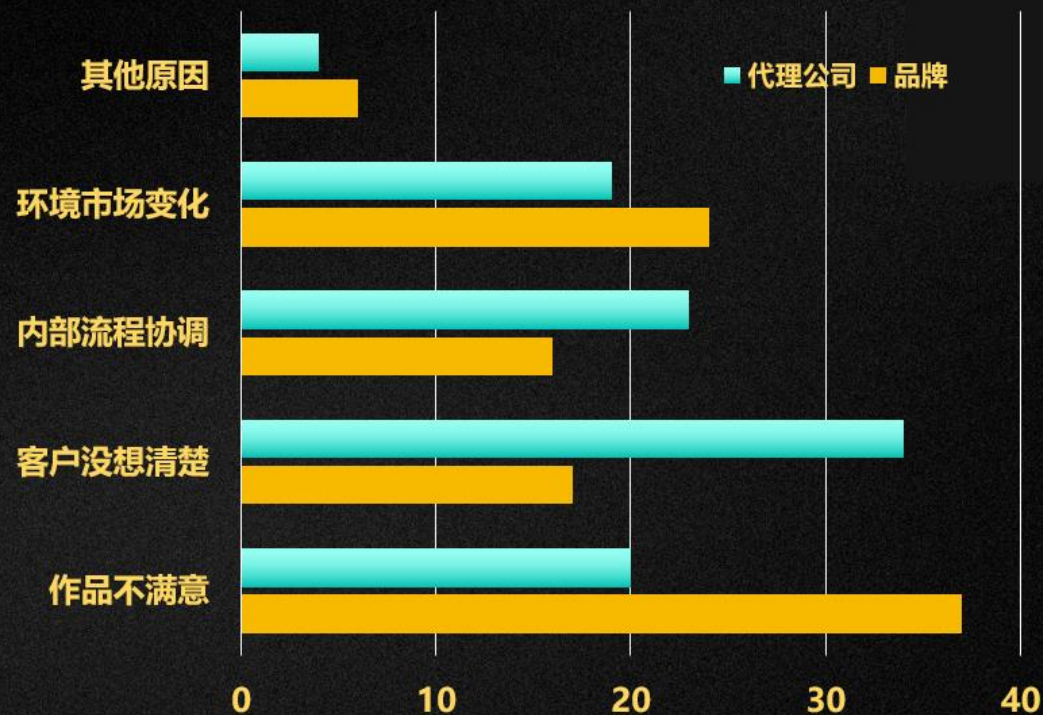


来自金投赏总评审 117家公司调研

信任

是金

||



信任

是金

II

Oliver Hart, Bengt Holmstrom
2016年诺贝尔经济学奖
现代合约理论

Benabou and Tirole
2014诺贝尔经济学奖
对市场力量和监管的分析



人的绩效 = 能力 + **努力** + 运气

可以衡量

激励

长周期中可以不计

内在驱动

外在驱动

社会声誉

Oliver Hart提出由于人的绩效特别难测量。所以，他所提出的解决方案并不是去完善契约的复杂度。而是转换成绩效。

内在驱动、外在驱动、社会声誉
Benabou and Tirole
(2006AER) 的文章)



从客户角度看对方努力

	对投入努力判断%	最终结果的权重%
最终提案的作品结果	46%	57%
团队现场提案的表现	28%	25%
在过程中的对方感受到所有的细节	26%	16%

信任

是金

||



从代理商角度看对方努力

信任

是金

II

	客户满意度衡量占比%	理想中成本预算分配比例%	目前预算分配比例%
最终的出街的作品和效果	59%	60%	56%
沟通理解合作的过程	21%	16%	22%
和其他部门的沟通顺畅（法务，采购等）	10%	11%	13%
根据客户发展积极投资部署学习能力和技术	10%	13%	9%

理想和现实



代理公司理论上最高效的时间分配

	对投入努力判断%	最终结果的权重%	效率
最终提案的作品结果	46%	57%	1.24
团队现场提案的表现	28%	25%	0.89
在过程中的对方感受到所有的细节	26%	16%	0.62

代理公司现实发生的时间分配

	客户满意度 衡量占你比%	理想中成本预 算分配比例%	你目前预算 分配比例%	效率
最终的出街的作品和效果	59%	60%	56%	0.93
沟通理解合作的过程	21%	16%	22%	1.38
和其他部门的沟通顺畅（法务，采购等）	10%	11%	13%	1.18
根据客户发展积极投资部署学习能力和技术	12%	14%	9%	0.64

信任

是金



信任是金

II



作为创意的主帅，感谢你在信任是金中可以100%去用于创意里，但在其他的比稿中，你还是会需要花一点时间在一些其他事情，包括了解客户预算，了解客户一些内部架构信息，推进一些其他的事情，等待客户的回复和各项下一步的指示，以及创意提案之后有可能不同一轮一轮的修改，在研究中我们发现，上述情况也耗费了创意人大量的精力，你觉得这会被在100%中消耗你多少精力？

平均 **33.3%** 最高 **70%** 最低 **15%**

来自两届信任是金14家参赛公司研究

A photograph of two sprinters in starting blocks on a blue track at sunrise. The sun is low on the horizon, creating a strong lens flare and casting long shadows. The sprinter on the left is wearing a blue shirt, and the one on the right is wearing a black singlet. Both are in a low, ready position. In the background, there are stadium bleachers and a building with solar panels on its roof.

给创意人打造
完美冲刺环境

信任是金的机制将中间过程整合



信任

是金

II



经过前期
筛选，选
出7家广
告公司

广告主的
CMO或
者VP进行
90分钟的
详细简报

每个广告
公司提出
2个方案，
由广告主
和专家选
出5个方
案

被选中的5
家公司均能
得到100万
的预算，其
中包括10万
的创意费和
90万的制作
费用。

投放到微博，
根据3秒去
重播放量等
指标来决定
最终的名次。
播放量最高
的三家公司
还分别可以
获得100万，
50万，25
万的奖金

信任是金的机制分解



假设



信任

是金

||

假设1：对代理商而言，信任是金比原有比稿方式更加有效地激励了代理商

外在驱动：标的价格、创意奖金、付款周期、选择机制

内在驱动：创意的尊重、比稿的对手、简报的规范、决策的速度、客户的级别

社会声誉：业界的关注

假设2：对广告主而言，信任是金的产成品比原有比稿方式的产成品更令人满意

On brand

On brief

On quality

假设3：从宣传效果上看，信任是金比原有比稿方式宣传效果更好

微博同行业、同公司数据相比

实验设计：2017麦当劳 2018京东



信任
是金

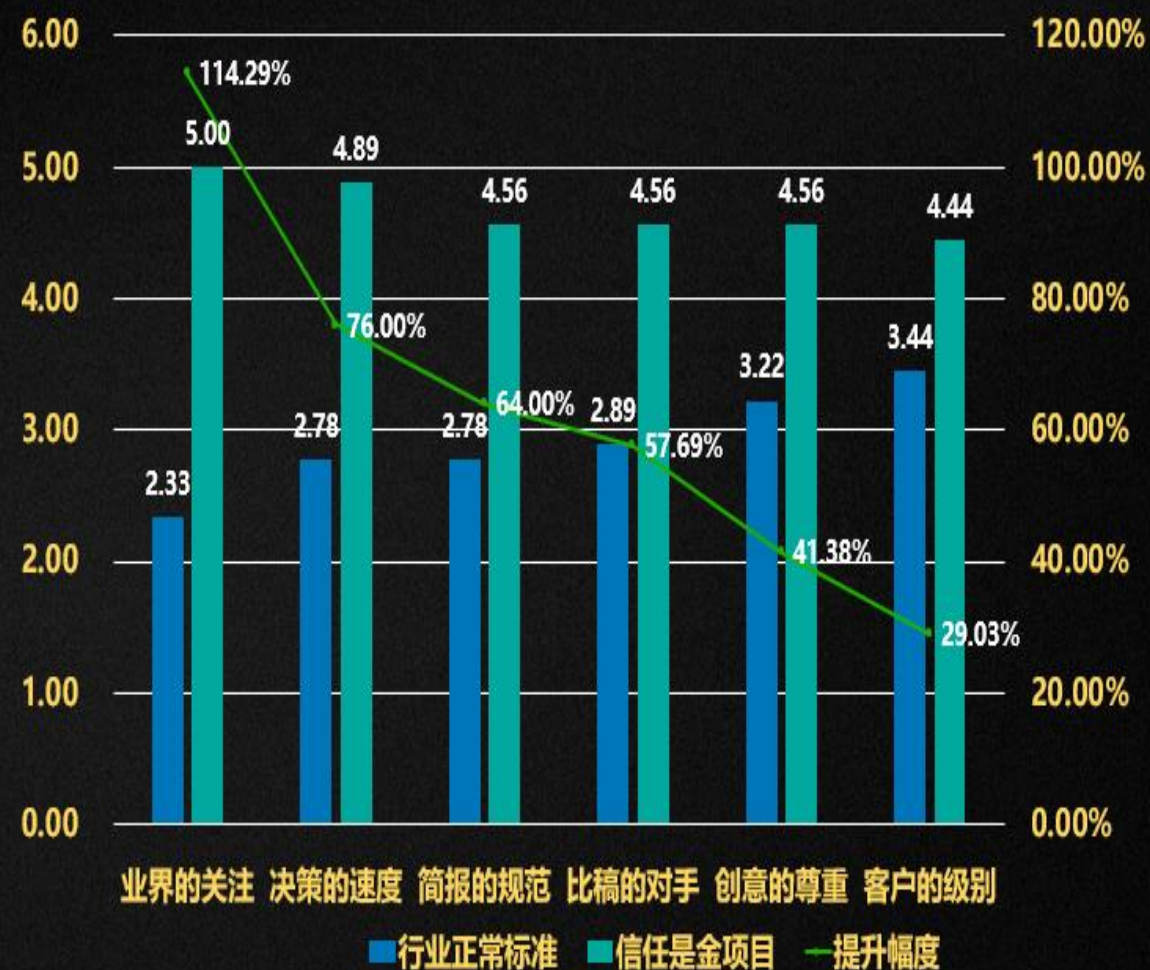
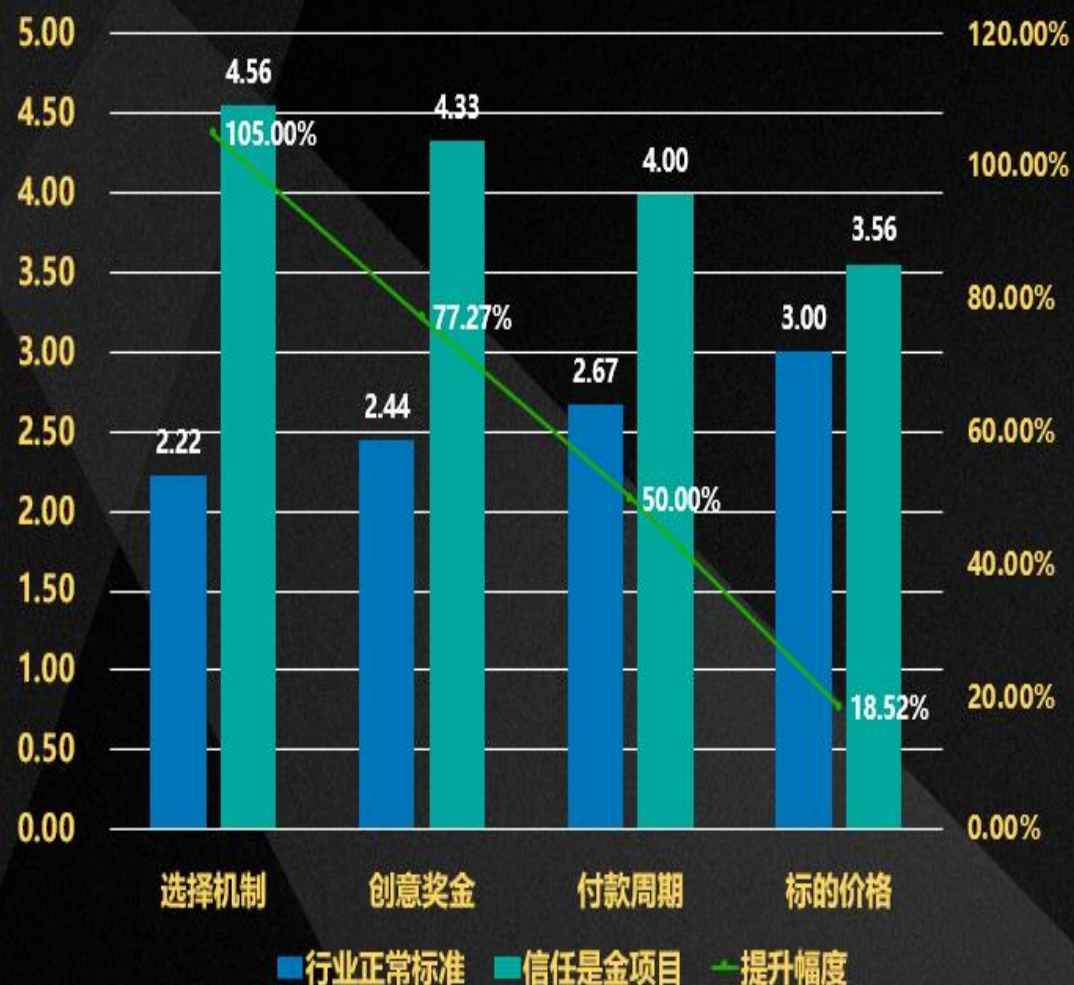


启动：4月18日
简报：6月13日
提案：7月14日
交片：9月8日
投放：9月20日
截止：10月9日

3月14日
3月23日
4月8日
5月6日
5月15日
5月25日

实验结果--麦当劳，京东

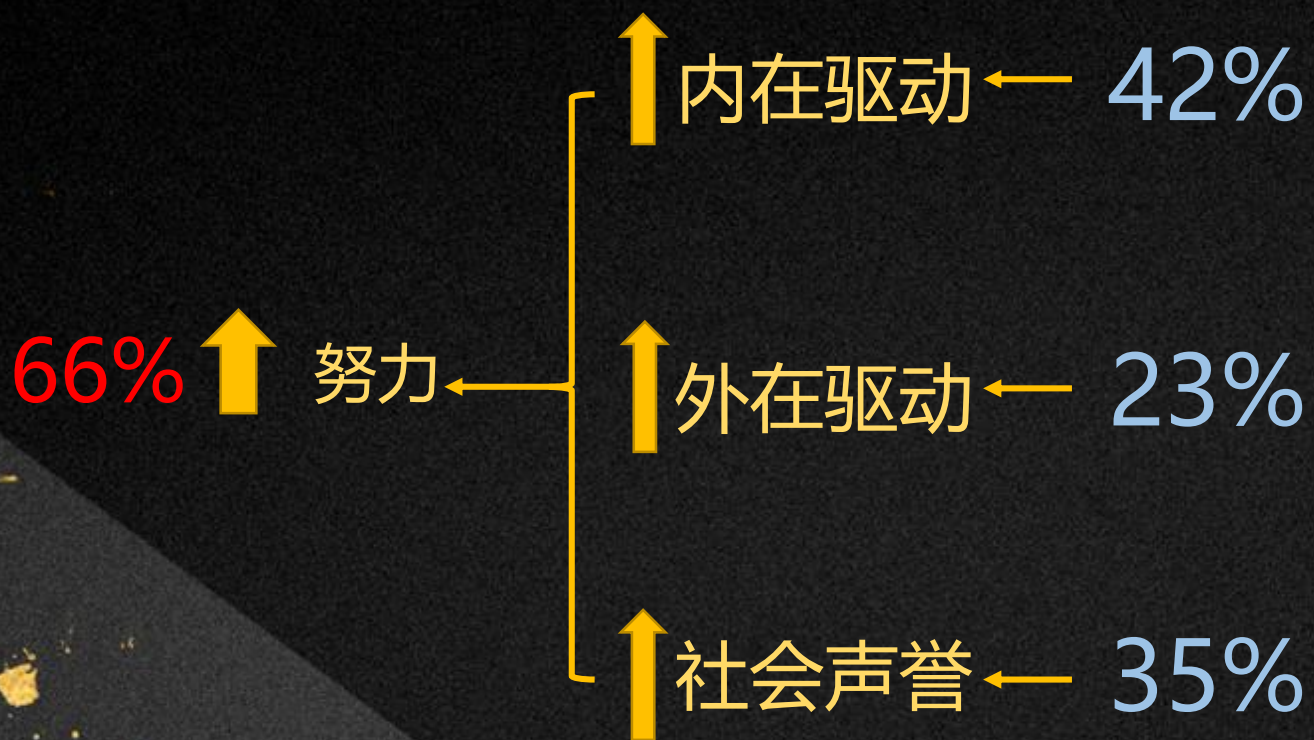
假设1通过：对代理商而言，信任是金比原有比稿方式更加有效地激励了代理商



如果使用这个机制的话，努力值能提升

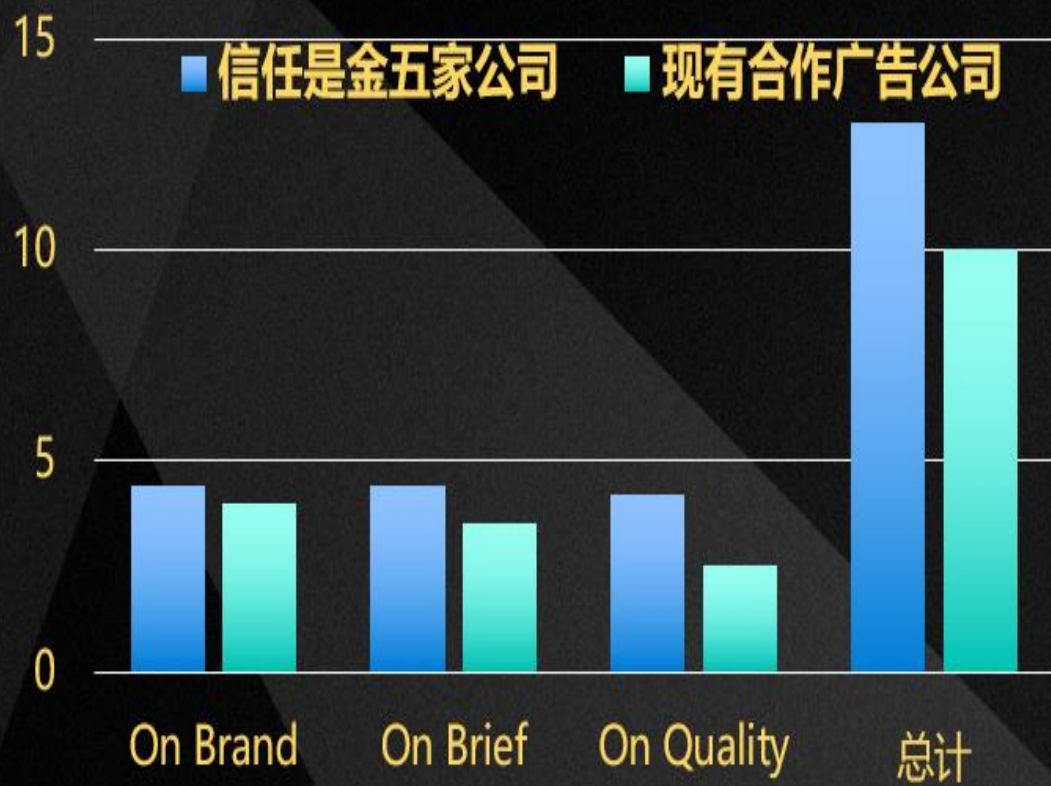


信任
是金

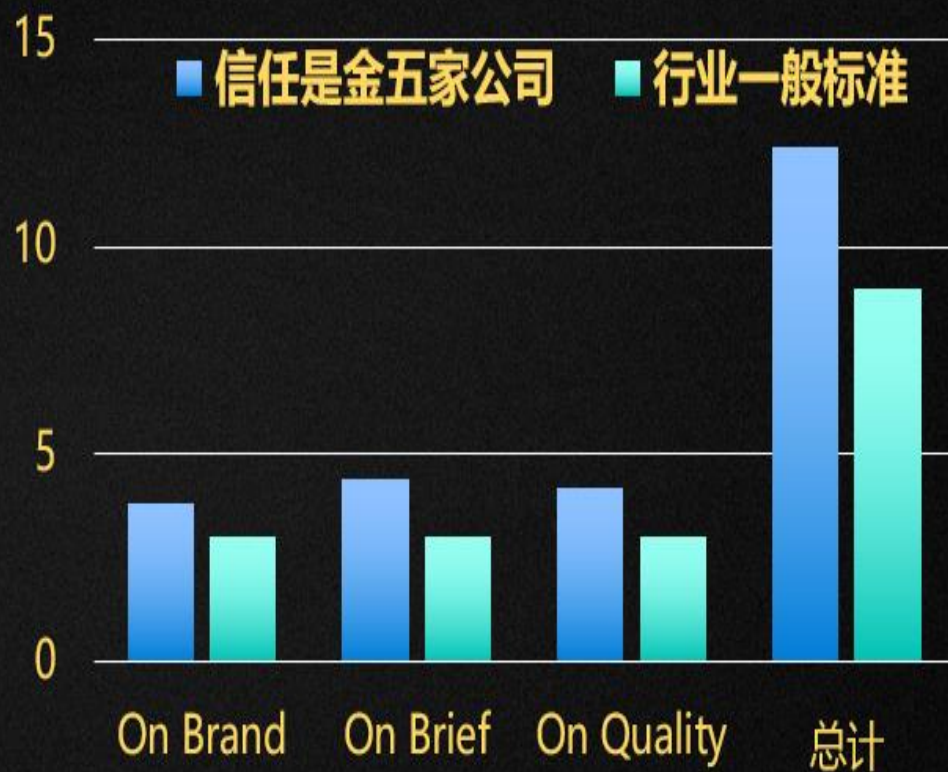


实验结果--麦当劳，京东

假设2通过：对广告主而言，信任是金的产成品比原有比稿方式的产成品更令人满意
信任是金1的平均满意度为13，而现有合作广告公司的满意度是10，提升**30%**
信任是金2的平均满意度为12.4，而行业一般标准的满意度是9，提升**37.8%**
平均是12.7%，平均满意度9.5,平均提升**33.9%**



麦当劳



京东

假设3：从宣传效果上看，信任是金比原有比稿方式宣传效果更好

互动行为	指标	对比同期微博平台品速广告提升比例（整体）	对比同期微博平台品速广告提升比例（非明星）	对比同期微博平台品速广告提升比例（明星）	对比广告主历史其他视频提升比例（整体）	对比广告主历史其他视频提升比例（非明星）	对比广告主历史其他视频提升比例（明星）
播放行为	0秒播放率	23.38%	11.35%	51.60%	34.05%	91.06%	24.21%
	3秒播放率	91.49%	65.35%	163.17%	-1.29%	43.68%	-8.87%
	10秒播放率	220.68%	180.33%	326.45%	4.22%	43.26%	-2.81%
	播放完成率	298.61%	241.40%	460.43%	104.93%	37.27%	135.78%
互动行为	互动率	77.98%	23.95%	614.53%	-56.06%	-87.90%	45.63%
	主动播放率	187.72%	168.23%	246.80%	-61.25%	61.83%	-65.75%

取：5月15至20日全平台品速广告视频时长(60'-90')



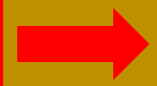
沟通认识

项目简报

提案创意

执行&交片

投放监测



奖励
结案

代理商同等能力条件下，激励可以提升66%的努力！

品牌主相比原有机制，提升33.9%的绩效满意！

第三季 金投赏品牌创意命题大赛 主帅候选阵容揭晓



信任

是金

II



CIVILIZATION
联合创始人
Andrew Luk



Leagas Delaney创始人
李兆光



达胜文创集团
联广传播集团创意长
狄运昌



安索帕中国集团
首席创意官
陈民轶



有门互动董事长
兼首席创意官
王小赛

金投赏联合众品牌一起推荐
冲刺理论Sprint Theory



为激励更好的创意，
为冲刺扫清障碍，
让创意人冲锋和爆发！

信任是金

即使能力相近的代理公司，在同等努力条件下，3秒播放率效果差2.57倍，互动率相差3.58倍

广告主面对提案时的决策，永远不会是最优的选择？
多选多将会是一个趋势



麦当劳

	广告主的排序	最终的微博排序
二更	1	3
华邑	2	4
琥珀	3	5
华扬联众	4	1
麦肯Spencer	5	2

京东

	广告主的排序	最终的微博排序
马马也	1	3
Grey	2	2
<u>M&CSaatchi</u> <u>aeiou</u>	3	1
华扬联众	4	4
二更	5	5

两届 350万奖金，两届评审的决策只能获得50万

准确14.3%

信任是金3品牌创意大赛

沟通力问卷调查（参赛公司版）



问卷目的

我们相信友好信任的合作关系会给创意带来更大加持，为了帮助品牌主与创意代理公司建立更好的合作关系，**每轮双方沟通结束，我们会以问卷评分进行沟通调研，希望参与者能够真实客观给予反馈，谢谢你们的配合！**



问卷内容

沟通是比稿过程中，双方不可缺少的交流互动行为，我们相信优质沟通，能确保信息传达和理解更清晰，从而激发更符合品牌目标创意内容，并提升中稿率。

此次沟通力问卷调查，会从表达和理解两个层面考察

- 表达，即在沟通过程中，你认为对方信息是否传递明确，比如需求创意等
- 理解，即在表达过程中，你认为对方是否清楚你的意图、比如品牌目标等



评分机制

本次问卷调查采取**5分制评分**，根据沟通情况，由碧桂园和参赛公司互相评分，以每次双方发生沟通为单位，共分为四个阶段



个人信息

您的姓名	
您的公司	
您的职位	
您的邮箱	
您的电话	

问卷阶段

沟通轮数	问答评分	
	问：你觉得TA本次表达清楚吗？	问：你觉得TA理解了你的意思吗？
ROUND 1 问卷 (11.15)	表达：	理解： 注：第一轮理解打分问题，参赛公司可以忽略，碧桂园并未直接反馈
ROUND 2 Brief (11.22)	表达：	理解：
ROUND 3 提案 (12.11)	表达：	理解：
ROUND 4 交稿 (01.20)	表达：	理解：

备注：请按1~5分，在表格里打下你每轮与对方的沟通分数，分数值越高代表您认为本次双方沟通越顺畅！
1分：完全没有达到期望；2分：没有达到期望；3分：基本达到期望；4分：完全达到期望；5分：超出期望
最小打分为0.5分

感谢您的信任参与，期待您的精彩创意表现！

信任

是金

II



5.15-5.25累计数据

排名	公司	微博URL	3s播放	互动数	得分
1	M&Csaatchi AEIOU	https://weibo.com/1732769787/GgJsQ2h8p	2,100,891	246,950	79.46
2	GREY 葛瑞	http://weibo.com/1732769787/GgJsQB3qQ	1,804,595	205,490	78.06
3	MATCH 马马也	https://weibo.com/1732769787/GgJsZcHFq	1,676,415	44,917	76.06
4	Hylink 华扬联众	http://weibo.com/1732769787/GgJsY1NCN	705,905	96,907	73.31
5	ERGENG 二更	http://weibo.com/1732769787/GgJsRwn5O	864,211	21,410	73.11

备注：总分值=基数70分+（实际去重播放量/五家总去重播放量*80%+实际去重互动量/五家总去重互动量*20%）*30分

行为		《MIDDLE 》	《爸爸的菜 谱》	《头号买家》	《ASMR》	《锦鲤》	京东5只视频 整体
		N秒播放率	N秒播放率	N秒播放率	N秒播放率	N秒播放率	N秒播放率
播放行为	0秒播放	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	3秒播放	10.3%	24.0%	12.2%	28.9%	23.9%	20.2%
	10秒播放	2.8%	6.3%	3.0%	17.4%	6.3%	7.5%
	播放完成	0.4%	0.4%	0.2%	3.4%	1.2%	1.2%
		互动率	互动率	互动率	互动率	互动率	互动率
互动行为	互动	0.11%	0.20%	0.10%	0.35%	0.36%	0.23%
	主动播放	1.04%	1.57%	1.35%	6.14%	1.98%	2.52%

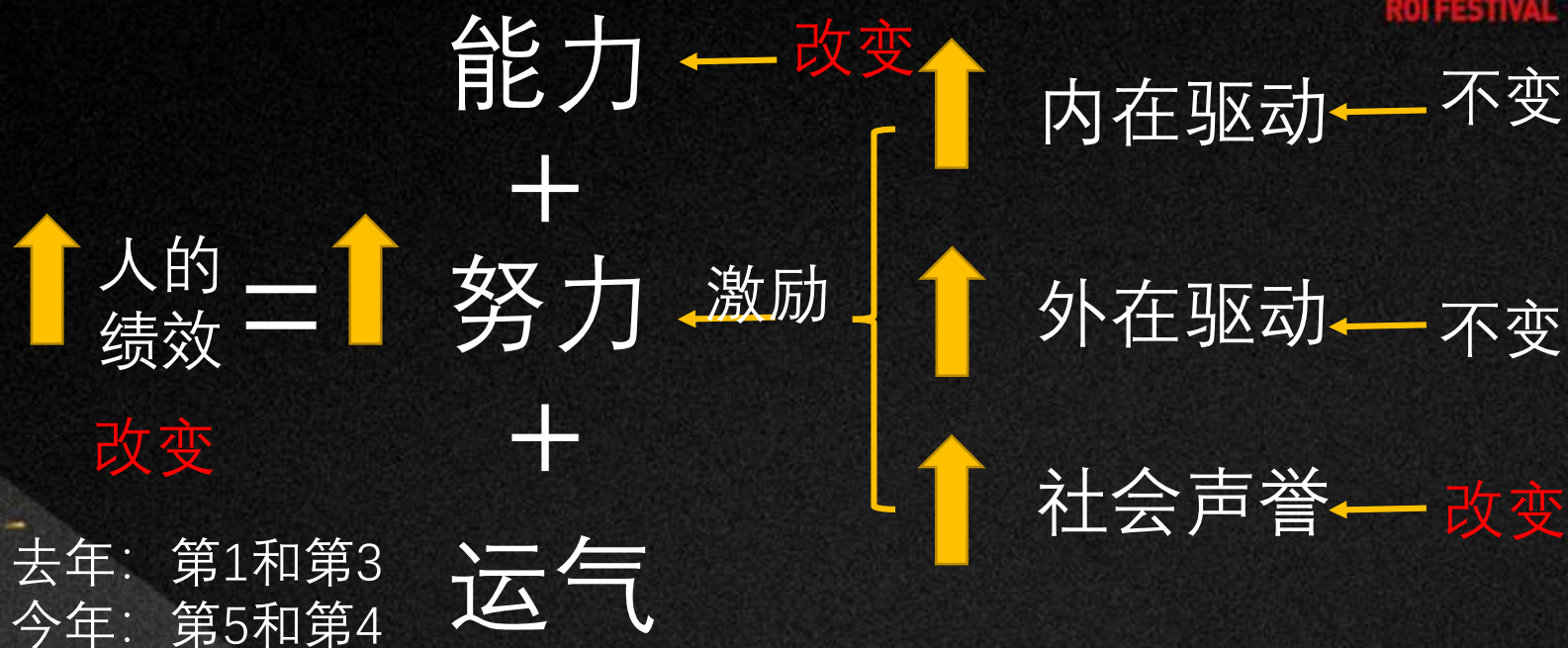
连续两届参加的华扬联众和二更



信任

是金

||



来自两届信任是金14家参赛公司研究

信任

是金

II

Thank you!