

摆脱困局走出活路 广告公司力求创新浴火重生



Mandate Communications董事经理周丽青(中)跟同事一起构思广告和行销点子。(林泽锐摄)

拥有40年历史的广告社在11年前因管局政策改变而被迫脱离银行母公司，董事经理与几个高层人员毅然买下公司。秉持“事在人为”的信念，这家小广告公司也从当年只负责内部广告，扩大到服务外来客户，直到今天已远远超越原有的功能和作用，更加注重品牌塑造和策略。

韩宝镇 报道
hanpt@sph.com.sg

两年前的“死都要讲”运动，以歌台表演的轻松方式，畅谈死亡的沉重课题备受好评。这个打破华人禁忌，大方谈“死”的创意活动，原来是本地一家已有40年历史的品牌与行销通讯公司——Mandate Communications的杰作。

尽管历史悠久，这家公司却没有故步自封，反而力求创新、另辟蹊径。该公司董事经理周丽青受访时说，“死都要讲”是公司为了连氏基金会构思的活动，以歌台作为传达信息的方式，当时为本地首见。

她表示，歌台跟平面媒体、电视、广播、热线和其他活动相辅相成，使得该运动获得了成功。

成立于1976年的Mandate Communications(简称Mandate)日前在乌节路文华酒店庆祝其40周年纪念，堪称本地最“老”的广告社。公司当年也是在该酒店的底层创立，因此别具意义。今天的它仍散发着勃发的生命力，很难想象公司在约11年前曾面对生死存亡的十字路口。

买下广告公司以掌控局势

原来，Mandate原隶属于华联银行/华联企业，有庞大的母公司作为后盾。随着华联银行和大华银行在2003年合并，Mandate即成为了大华银行的一部分。但在2005年，金融管理局改变政策，规定银行不应拥有非银行业务的任何权益。Mandate因此被迫同母公司斩断近30年的“母子关系”。

公司管理层陷入了两难局面。

周丽青回忆说：“我们的管理层团队当中没有人拥有过公司。对我和管理团队来说，一走了之并非另谋高就是更容易的事。但对员工来说，许多都是长期员工，令人担心的是，他们不知道事态将如何发展，以及是否还能够保住饭碗。”

她解释，公司可能被卖给其他机构，员工是否能继续留下来？万一公司被关掉，员工能轻易找到工作吗？一切充满未知数。

为了能对结果有掌控权，周丽青等四个高层人员当机立断，买下了公司。也因为这样，公司获得了第二次的生命。

不知不觉，周丽青跟本地纸媒甚至华文报章颇有渊源。她的第一份工作是在《海峡时报》当教育线记者，前后四年半。之后她转换跑道到国家发展部任职，期间获得时任《南洋商报》董事经理的黄锦西邀请加入该报，担任行销和公关职务，协助扩大该报社的营收基础。

当《南洋商报》和《星洲日报》合并为新加坡新闻与出版有限公司时，她也协助《联合早报》和《联合晚报》的推出。那时，她已升任业务开发总经理，负责的范围有广告、发行、商业印刷、书籍与出版和旅游，并成功为公司扩大了营收。

与此同时，她也争取到国际报章《国际先驱论坛报》(International Herald Tribune)和《澳大利亚人报》(The Australian)，让她负责它们在本地的印刷。

她在各个业务的运作都看到良好表现后急流勇退，毅然提出辞呈。她的理由是，既然一切都上了

轨道，也是她离开的时候了。

当她向时任公司主席连瀛洲和副主席李喜盛辞别时，他们却邀请她加入集团旗下的华联广告公司，也就是后来的Mandate。连瀛洲是华联银行创办人，而李喜盛则是该银行高层。

当时的华联广告只负责集团内部的广告制作，而他们希望周丽青扩大广告公司的业务。那年是1985年，她对广告一窍不通，面对两人对她表现出这么大的信心，她告诉他们她会尝试这份工作三年，若无法胜任，她就会离开。

然而，周丽青秉持“事在人为”的信念做事，这么一做，就做到了今天。而一家小广告公司也从当年只负责内部广告，到服务外来客户，并改名“Mandate Advertising”，直到今天已远远超越原有的功能和作用，更加注重品牌塑造和策略，并在两年再次调整公司名字为“Mandate Communications”，反映公司新的身份和角色。

引进各路人才 应对新媒体崛起

新媒体包括社交媒体的崛起，改变了整个广告业的竞争面貌。在今天，除了大型广告机构和较小的广告公司，广告界冒起的热店(hot shops)、咨询公司、小型数码公司和设计公司，构成了广告界拥挤的市场，使得竞争加剧，冲击到业者的盈利。

周丽青说：“我们在多年前已经意识到，不能永远留在广告领域。也因为这样，我们引入了擅长数码、社交媒体、现场大型活动(on-ground activation)，来辅助其他主要的的能力，让公司可以继续协助客户更有效地接触到目标对象。”

例如，连氏基金和邱德拔医院在日前联手推出的“勿忘我”运动，也是该公司构思的。活动的目的是为打造失智症友善社区，率先在义顺邦试验推行。公司采用歌台表演、视频、平面广告、路演、

传单等方式推展这项活动，邱德拔医院则为公众提供关于失智症知识的培训。

此外，公司也做更多咨询工作。从整体上，包括了解客户的需要和它们所处的竞争格局入手，为客户提出建议，更好地为他们服务，也因此做了许多新尝试，包括“死都要讲”歌台表演活动。其他还包括在圣淘沙社交媒体进行的“反无聊约会”和采用数码游戏的Spooktaacular(幽灵集会)。

公司是全球最大独立广告公司网络机构Worldwide Partners Inc的会员，该机构的80个会员来自超过50个国家。Mandate能够跟其他成员伙伴合作，善用他们的专长。

从客户角度思考提供服务

谈到这些年来服务客户的态度，周丽青表示，她和团队时常会从客户的角度去思考，问自己“如果经营这门生意的人是我，我要的是什么？我会怎么做？我和团队会尽我们所能做到最好。这缘于我们迫切要帮助客户的意愿。我们真切地感受到，如果客户成功，我们就成功；如果客户失败，我们也就没有工作可做。”

作为本地中小企业，Mandate以此为傲。她说，公司的愿景是要成为一个能够把品牌与国人的感情和思想沟通起来的综合机构。行销沟通是一种生活方式，无论是售卖产品还是提供服务，都从了解受众开始。

对于有人“看衰”本地中小企业，认为它们没有持久经营下去的能力，她并不同意。她语气坚定地说：“作为中小企业，我们也能得到。”

她也对本地中小企业表达了自己的期许：“如果我们能做到，其他中小企业也能做到，不论它们属于什么行业。许多其他中小企业已经做到了，我们希望能成为另一家鼓舞本地企业力争上游的公司。”