

【市场营销实战系列之一】 【长度：6小时】

【行销宝典之恒久不变 12 铁律】

课程背景

行销学可能是当代商学的显学，坊间行销书籍、演讲专家之多，经理人的资讯爆炸，在市场持续高成长的环境下，赚钱的公司都有一套行销理论。本课程的行销铁律来自于市场发展相对缓慢（但是竞争成熟）的美国产业界，在一个基本利率不到 0.1% 的国度，行销专家必须背水一战，这些行销法是铁血教训，在渐趋激烈，大环境慢慢走向成熟的中国，经理人必须要提早开始迎接更多的市场考验。

简介 (30 分钟)

行销学，人们的一般认知是 4P:

Product 产品，包装，品牌…
Pricing 定价
Placing 渠道，通路，供应链
Promotion 促销，宣传，广告，折扣…

不管是哪一个 P，市场上都有相互矛盾（而且成功的）行销行为。
但是，成功的行销行为来自于一些不会改变的基本大法。
你必须了解这些铁律，遵守这些铁律，如果你不想把资金和努力丢到水里。

我们把这 12 铁律分成 5 个部分：

1. 赢得消费者的认知
 - a) 铁律一：认知铁律：你觉得什么是不算数的。消费者认为的才算数。
 - b) 铁律二：心灵铁律：第一个进入消费者心灵的会永远留在那里。
2. 我和我的竞争者
 - a) 铁律三：领先铁律：如果不能当全部的领先者，就划一块地出来，在里面当领先者。
 - b) 铁律四：相反铁律：有强必有弱。跟对手竞争要挑他强的方面，反其道而行。
 - c) 铁律五：成对铁律：两强相争会成就彼此。
3. 葫芦里卖什么药
 - a) 铁律六：牺牲铁律：你不可能提供所有的特色给每一个人。
 - b) 铁律七：扩充铁律：品牌扩充的诱惑是必须学会抵抗的。
 - c) 铁律八：特征铁律：任何热卖特征，都有一个同样吸引人但是完全相反的特征。
 - d) 铁律九：独占铁律：一个【优点】的称赞只会被一个厂家拥有。
4. 小时候胖不算胖
 - a) 铁律十：成功铁律：行销的成功造成傲慢，傲慢造成失败。

- b) 铁律十一：红火铁律：跟随浪潮是错的；跟随洋流才是对的。
5. 行销的铁律
- a) 铁律十二：昂贵战争铁律：你无法靠省钱赢得战争。

第一部分：赢得消费者的认知（60分钟）

铁律一：认知铁律

1. 什么是认知
2. 如何创造认知
3. 认知的稳定与不稳定性
4. 从公司本位主义前进到消费者主义

铁律二：心灵铁律

1. 心灵吸收知识的模式
2. 第一进入的效果
3. 如果里面已经有人怎么办
4. 做个心灵的地鼠

【段落结束活动：临场随机抽品项（例如：汽车，冷气，面粉，袜子……）分组做立即联想，哪个商家品牌或产品是组内同意最知名的。做 4-5 回合，然后按照品项各组报告比较】

第二部分：我和我的竞争者（75分钟）

铁律三：领先铁律

1. 领先者的优势
2. 许海峰、李宁、和陈伟强（谁？）
3. 对抗领先者
4. 对抗第三名以后的竞争者

铁律四：相反铁律

1. 大家都互相模仿，谁也不会赢（实际上，领先者会赢）
2. 二号三号四号的生存之道
3. 咬着牙走反方向，太极化两亿

铁律五：成对铁律

1. 成熟市场没有第三者的空间

2. 互相竞争让两雄并起
3. 对手的策略决定我方的策略（我方的也决定对方的）

【段落结束活动：短片欣赏与讨论：Ready Player One】

第三部分：葫芦里卖什么药（90分钟）

铁律六：牺牲铁律

1. 每个商品都有各种参数，但这世界上没有每个参数都是100分的商品
2. 不需要全能全包
3. 牺牲功能完整性
4. 成全策略一致性

铁律七：扩充铁律

1. 水平扩充：合理，但界限在哪里？
2. 垂直扩充：产品家族就和现实的家庭一样难搞
3. 无相关扩充：当理智被虚荣打败时

铁律八：特征铁律

1. 有人喜欢香，臭的就会卖的好
2. 有人喜欢五彩缤纷，黑白就会有销路
3. 快速的电子产品泛滥，使得被淘汰的品项变成了收藏品

铁律九：独占铁律

1. 一种产品有可能赢得许多【字】，但一个【字】只认一个产品
2. 瑞士小刀：漂亮，多功能，没有半个功能有用
3. 与其造十种没用的功能，不如一种宇宙无敌的功能

【段落结束活动：分组找一个品项的领先者，然后找出领先者的特征，然后设计一个相反的商品概念，足可与领先者抗衡的】

【分组报告】

第四部分：小时候胖不算胖（60分钟）

铁律十：成功铁律

1. 行销的成功定义：占有率？销售量？
2. 行销的迷思：有长期不倒的优势存在吗？

3. 成功造成的自信和骄傲

铁律十一：红火铁律

1. 成功要追求长期
2. 要走在浪潮前
3. 浪潮有高有低，洋流恒久不变
4. 等市面上的成功传到你的耳里，几乎可以确定是要开始退流行了

【段落结束活动：啤酒游戏】

第五部分：行销的铁律（30分钟）

铁律十二：昂贵战争铁律

1. 战争是要花钱的。没有靠省钱赢得的战争
2. 态度决定高度
3. 慎选战场，不打预算不足的仗
4. 要花就要花好花满

【段落结束活动：影片观赏与讨论：十个被窃取的发明物】

【为何被窃取。分组讨论，报告】

结论与答疑（15分钟）

更多行销实战内容，系列第二集：品牌建立