

★★★ 告别销售困惑，转身成为行销家 ★★★

像行销家 一样思考

Think Like a Marketer

[美] 劳隆·索尼尔◎著 张程 唐琳娜◎译



大型企业的锦上添花 · 小企业家的梦幻手册 · 初级员工的成长阶梯

风靡全球的行销实战手册

让你在日趋激烈的竞争中脱颖而出



★★★ 风靡全球的行销实战手册 ★★★

像行销家 一样思考

Think Like a Marketer

中国书画出版社
CHINA PICTORIAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

像行销家一样思考 / (美) 索尼尔著 ; 张程, 唐琳
娜译. — 北京 : 中国画报出版社, 2010.8
ISBN 978-7-80220-864-3

I. ①像… II. ①索… ②张… ③唐… III. ①企业管
理—市场营销学 IV. ①F274

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第152036号

著作权合同登记号 图字: 01-2010-4792

THINK LIKE A MARKETER © 2009 Lauron Sonnier.
Original English language edition published by Career Press, 3 Tice Rd.
Franklin Lakes, NJ07417 USA. All rights reserved.

本书中文简体字版通过四川一览文化传播广告有限公司 (Sichuan Yilan
Transmission Co., Ltd.) 授权在中国大陆地区出版并独家发行

书 名 像行销家一样思考

出 版 人 田 辉
作 者 劳隆·索尼尔(美)
责任编辑 史文良
出版发行 中国画报出版社
地 址 北京市海淀区车公庄西路33号 邮政编码 100048
电 话 (010) 88417359 (总编室兼传真) (010) 68469781 (发行部)
(010) 88417417 (发行部传真)
网 址 <http://www.zghbcbs.com>
电子信箱 cpbh1985@126.com
印 刷 三河市三佳印刷装订有限公司
监 印 敖 晔
经 销 新华书店
开 本 787mm×1092mm 1/16
字 数 180千字
印 张 16.5
版 次 2010年9月第1版 2010年9月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-80220-864-3
定 价 32.80元

(如有印装质量问题可调换)

《像行销家一样思考》英文版推荐语



实战智慧和完美建议，每一个期待扩展生意的人都将从中受益匪浅。这本书中经过实践检验的观点和充满灵活性的战略将帮助每一个人。

——奈都·R·昆宾博士，海波因特大学校长，海波因特，北卡罗莱纳州

有效的行销呼唤坚忍不拔的智慧，《像行销家一样思考》一书流畅而系统地和我们分享了行销战略。在充满挑战和竞争的现代商场中寻求发展和成功的企业家们，绝对不能错过这本书！

——凯伦·凯瑞甘，
美国小企业和企业家理事会、女企业家公司总裁兼首席执行官

劳隆将行销的秘密说得如此深入浅出！它们是对行销成功大有裨益的故事，不管你身处什么行业、推销什么产品。

——戴安娜·布赫，《来自权威的声音》和《布赫的商业规则》的作者

劳隆在1996年的时候帮助我建立了在线商务模式，如今这套模式价值几百万美元。每一个渴望成功的人都有必要读这本书！

——戴维德·库珀，FramerDirect.com首席执行官

带着路易斯安那州法裔的传统天赋，索尼尔认真思考，举重若轻地抓住一个个行销机会。正是这些行销机会让一家家公司发展壮大。

——桑达·劳伦斯，感性行销公司总裁，休斯顿，德克萨斯

劳隆用她丰富的行销实战经验，把我们的商业彻底转化为本书浅显的内容。她帮助我们实现了重要增长，并彻底改变了我们行销的方法。谢谢劳隆，我们都是全力以赴的行销机器！

——兰迪·罗素，罗素图像服务公司，休斯顿，德克萨斯

劳隆·索尼尔了解并且将细微的商业行销操作得像呼吸一样得心应手。阅读这本内容丰富又妙趣横生的书，会让商家做到同样的事情。从投资回报率的角度来看，购买一本《像行销家一样思考》可能会给你带来一块高纯度金砖的回报。

——詹姆斯·D·塞拉，KPLC电视台副总裁兼首席运营官
查尔斯湖/拉斐特，洛杉矶

劳隆指出了清晰简明、可以操作的方案，将行销变为如同弹指一样轻松的事情，让每位读者都获得了通向商业成功的地图。

——约翰·海塞，休斯顿美国公共广播事务局首席运营官

译·者·序

Yi Zhe Xu

这是一本教企业和员工如何行销，如何通过主动、精细的行销赢得市场的实战图书。

经过三十多年的高速发展，我们已经由卖方市场进入了买方市场；中国企业在很多方面和发达国家的企业相比，看起来相差无几了。有的中国企业甚至比外国同行规模更大、厂房更干净。但同时，企业之间的竞争越来越激烈，生存要比十几二十年前要困难得多。如今，中国企业之间的竞争，已经超越了技术、规模、资本等手段，进入了拼市场的阶段。谁能把自己产品和服务推出去，在市场上打响，占据市场份额，谁就能发展，就能立于不败之地。反而就会在商场上昙花一现，被无情地淘汰。

企业经营者在思考着如何让顾客记住公司，让顾客群不断扩大；销售员工们在思考着如何完成日益增长的业绩要求，扩大自己的顾客网络。劳隆·索尼尔的这本书正是在这样的背景下，写给企业经营者和销售员工看的。索尼尔不厌其烦地解释什么是行销，如何行销，具体到手把手地从公司门把的装饰、如何接听多个来访电话、怎样给顾客寄明信片、提供行销范本、对垃圾邮件进行“废物利用”等细节上教读者去操作。这正是本书的突出之



处：详细而有可操作性。重要的是，这些操作性的内容都是经过作者自身或者身边公司的实践检验的，是从商场实战中提炼出来的经验教训。索尼尔自己开有一家咨询公司，有着多年的咨询和培训工作经验，她从中提炼的实战教程和范例，必将让读者耳目一新。索尼尔在前言中提道：“我这么说，是因为我自己的生意就是这么做的。”这是本书的第二个突出之处：内容经过实践检验。

通读全书，我们觉得有两股强烈的精神主线隐藏在索尼尔反复的教导之中，一个是公司和员工要积极主动地开展行销，一个是要把行销工作做精做细，力求做到没有行销死角。索尼尔倡导的是一种无处不在、无时不有、无人不行的全方位、全时段、立体式的行销理念。书中随处可见这样的观点：行销不仅仅是广告和销售、让陌生人一看到你就知道你是干什么的、在办公场所贴上鼓励的话和通知、你的顾客希望你脱颖而出。所以，别害羞、别气馁，也别骄傲，行销就要求公司和员工“不停搅动”市场这口大锅。索尼尔将市场比作一锅牛奶，你不搅动或者不经常搅动，它只是牛奶，而且会慢慢变质，如果勤奋搅动，这锅牛奶就会变成你期望的黄油。

劳隆·索尼尔自己的公司是一家小型咨询公司，多年的经营让它从一个人的公司慢慢发展壮大，并被认为是休斯顿地区最佳小企业之一。她对小企业的经营和行销工作有独特的理解和感悟，这种感悟充分体现在了本

书中。因此本书的实战指导，尤其适合那些中小企业。正如《游击行销30天攻略》作者艾尔·罗腾斯拉格所说：

“《像行销家一样思考》是小企业家的梦幻手册。”相信众多的中小企业经营者和员工，能在书中发现身边的影子，对索尼尔的观点发出会心的微笑。

最后要向读者推荐的是，劳隆·索尼尔将女性特有的细腻敏感引入了行销之中，“了解并且将细微的商业行销操作得像呼吸一样得心应手”。许多实战经验可能读者平日也经历过，可都不自觉地让它们从指缝间滑走了；许多小地方的细节方案，也许只有细致的女性才能观察到、设置出来。她的语言充满感性，带有很强的美式口语色彩，相信会让读者有独特的感受。

总之，劳隆·索尼尔的这本经验和实战之书，值得向大家推荐。相信每位阅读它的读者，都会有所收获。

唐琳娜 张 程

二〇一〇年五月



作者·声明
Zuo Zhe Sheng Ming

我常常觉得图书前面的作者声明是一件老土的事情。我曾经生过两个孩子。生孩子在我看来是最伟大的壮举，即便如此我们也没有感谢某某人的习惯性仪式。而我却在当地的报纸上刊登了通告，感谢我的妇科医生、护士和我的丈夫——当我被推入手术室的时候，幸运地有这些人在我身边；我还感谢了星巴克的吧台伙计——每天早晨我开车过来的时候，他们总是知道我想要什么。

现在我基本完成了写作和出版流程，我意识到首先要庆祝一下。我开始懂得在书前做些声明的必要性，我很高兴向那些帮助我策划、写作这本书的人们表达我的感激之情。

这赋予了我一种权力。这就仿佛你得到了奥斯卡提名，你得准备可能用得着的领奖词，只有你才可能用得着它。和在荧幕上只能播放几秒钟、一闪而过的名单不同的是，我能够永远凿刻下那些对我有过特殊帮助的人的名字。

现在开始吧。我非常荣幸地宣布，将我最深的感谢献给那些让本书成为事实的幕后支持者们。

感谢我的助理，约翰·威利格，他掌控着思想的阀门。约翰是一位真正的助理、文学家和充满人文

关怀的人。另外，他总是能带来满满的鼓励，我相信每一个作者都离不开那样的鼓励。

感谢聪明的卡瑞尔·普莱丝，她推动了这件事情并使之成为现实。感谢你帮助我找到了许多有意义的事情，将整件事情大大简化了。

感谢马克·斯图尔特，我的丈夫。你在各个方面支持我，并且照顾好了两个孩子，让我能安心写作，完成指定的工作。

感谢路易斯安那州查尔斯湖KPLC电视台的吉姆·塞拉，感谢你给初出茅庐的我一个巨大的机会，并且是我有价值的朋友和捐助者。在我的成长过程中，塞拉是一位启蒙者和成功人士。

感谢兰迪·拉什和布兰顿·拉什为我铺设了跳入激荡的市场之路。感谢你们为我指出了人生规划，帮助我独立成为一个有经验的市场人。我永远感谢你们对我的信任，给我上了终生难忘的一课，让我成为不断奋斗的竞争者。

感谢戴维德·库珀博士，感谢你绅士般的轻轻推动和了不起的鼓励。谢谢你唤醒了我潜在的真实力量。

感谢瓦莱丽·鲍德雷克斯·艾伦，我最重要的灵感来源之一，我生意和生活中舒适的来源。你是如此特别的礼物，我对你永远感激不尽。你对我所做的事情，就已经为你铺设好了通向天堂之路。



感谢我的合伙人，佐伊·罗素，谢谢你鹰一样的眼睛和长期勤奋的支持。你永远会得到无尽的感激，你的形象远比你想象的高大得多。

感谢那些选择我去帮助他们的杰出的公司和商人们。感谢你们的信任，也感谢你们让我在帮助你们的同时也建立了自己的生意。我感谢你们所有人。

感谢我的母亲，艾尔西·达内尔·索尼尔，一位拥有伟大品格、巨大智慧和绝对无私的女性。她教会我如何“搅动那口锅”。我们永远爱你，想念你。离开了你，我们吃饭都不如之前那么香甜了。

最后，感谢保罗·麦卡洛克，他总是信任我能够且会做成这件事。我知道他在天堂中还不忘记给我带来快乐和智慧。

谢谢你们所有人，我生命中的天使。我非常荣幸地在本书中分享你们的仁慈善良和成功传授给我的智慧。

劳隆·索尼尔

是时候弄清楚，自信起来了！

人们将行销复杂化了。他们努力沉浸在繁复的战略里，被数据和人所包围，花费了大量的资金投入行销，却不知道行销的真实进展。

问题就在于他们不像行销家一样思考。实际上，他们肯定根本就没认真思考过。行销进行的时候，我相信多数行为者和经理们非常认真，盲目付出了超过他们应该付出的努力。也许，你也是他们中的一员。

大多数人正在错失数以百计的行销机会，这些机会在行销中无时无刻不在等待着被人发现。也许，你也是他们中的一员。

大多数人在浪费时间、金钱和他们的乐观，只是偶然得到一些回报。那些能让他们超越他人的良机都被浪费了。也许，你也是他们中的一员。

如果你是这样的人，或者曾经是这样的人，你就要重新开始考虑行销了。

这本书就是要让行销变得更加可操作、简单，甚至自动化。告诉你思考和推进生意的新路子，让行销可行而有收获。

作为一个小企业主，我真真切切地感受到了行



销对企业，尤其是对中小企业的挑战。我也知道忽视行销的恶果。如果你想成功，好的行销是不可避免的。但是，你为什么会为行销你的生意和你自己感到担忧害怕呢？做你应该做的。如果你提供的商品或者服务对其他人都有益，为什么犹犹豫豫、担心告诉别人呢？

我知道这并不是简单的事，有各种各样的借口——满满一张“没有足够”的单子：没有足够的时间，没有足够的资金，没有足够的人力，没有足够的经验。好了，借口已经足够多了，是跳出你惯性思维的时候了。是时候把你的行销操作起来，最重要的是，成为你日常生意中不可或缺的内容。不管着火还是其他紧急情况，行销都不能停止。

现在是把东西“搅拌”起来的时候了。

如果你是“大多数”觉得行销是令人迷惑又难以抵挡的人中的一个，静下心来深呼吸，你的世界将会变得简单。我将去除加在行销身上的神秘色彩，让你能够有可操作的标准和对机会有清晰的预期，就好像一切都在你鼻子底下一样。你将知道如何从人群及混乱中跳出来。你将学会深入思考行销，进而超越你的竞争对手。还有，你会学会如何把公司变为一台行销机器。今天让你思维混沌和感到挫折的行销，明天会变得简单、自然，就像日常生活

一样。实际上，我相信你的行销智慧将永远改变你的生意。

行销不必复杂，你利用有限的资源就能取得巨大的成功。我这么说，是因为我自己的生意就是这么做的。我帮助规模小但积极奋进的公司努力达到行销目的，这是我献身的事业。

我最喜欢的个人成功故事有关一家成熟的、有23年历史的商业中介公司。它的经营额有100万美元。无论是从它的那个行业还是从市场角度来看，这家公司都是成功的。但是它想再上一个台阶。传统的销售努力已经不足以帮助它了。公司需要朝着纵深发展。因此，我们制定了一个方案，把行销整合到公司的日常业务中去。我们花了大力气去把行销糅合到公司中去，直到行销自然、普通得就像是支付薪水和缴税一样。我们努力寻找，并挖掘每一个行销的机会，迅速而持续地把公司推荐给目标顾客。像行销家一样思考，我们把公司的行销做得比其他同类公司都要好。四年后，公司的经营额翻了一番，超过了210万美元。公司的主营业务没有变动，没有业务被剔除，也没有增加一名行销人员。这是活生生的例子，如果你像行销家一样思考，也能在生意上创造奇迹，即使之前所有“没有足够”的借口都还存在。

现在，你要在思想上做些行销调整。如果你在为推动行销而努力，如果你在等待行销发生效果，



事情马上就会有所改变。我们将深入行销每个方面的真实情况，了解它们对你的日常工作意味着什么。我们将探讨永恒的规律，而不是最近的趋势和技术层面的改进。同时，我将教大家如何在实践中推动并保持行销——这样你也能拥有个人成功故事。本书最大的优点就是，当你合上书的时候，肯定知道下一步应该怎么做。

在你阅读、记笔记、标注重点段落、在某一页折角、认真思考附带的思考题的时候，你会发现本书充满指导性规律、挑战你的问题，以及帮你把新认识付诸实践的技巧和工具。

增加自信、看清楚行销的时间到了，拿起你的笔，整理好你的脑子，准备好像一个行销家一样思考；准备好从人群、混乱和竞争中脱颖而出；准备好成为一台行销机器吧！



目录
CONTENTS

译者序 // 1

作者声明 // 4

前言：是时候弄清楚，自信起来了！ // 7

Part one 进入市场行销思维

01 行销家的头脑里都装着什么 // 2

02 成功行销家的秘密 // 5

03 行销原则 // 10

Part two 搅动市场大锅

04 把行销付诸实践 // 58

05 搅动正确的事 // 65

Part three 从混乱的人群中和竞争对手之间脱颖而出

06 如何做到脱颖而出 // 84

07 同时塑造形象和本质 // 91

08 你究竟是谁？ // 101

09 该是你出头的时候了 // 106

10 脱颖而出的四个秘密 // 112

Part four 建立获得成功行销的体系

- 11 让行销变得实用、有针对性、常规化 // 124
- 12 行销机会无处不在 // 131
- 13 确定常见的“服务关键时刻” // 138
- 14 有那么多工具和方法可用 // 145

Part five 像行销家那样讲话

- 15 说话的技巧 // 176
- 16 提问的力量 // 203
- 17 必杀绝招“行销信” // 207

Part six 保持行销的活力

- 18 避免常见的行销错误 // 224
- 19 保持行销思维 // 231
- 20 搅动你这口锅 // 237
- 21 行动前的最后忠告 // 242