

金牌策划

主编 廖灿

WBSA 策划师全景揭秘 商务策划实战教程



中国经济出版社
www.economyph.com

WB

F710

书

L4681

SSA 策划师全景

揭秘

金牌策划

商务策划实战教程

SHANGWU CEHUA SHIZHAN JIAOCHENG

顾问：米尔顿·科特勒

陈军 史宪文

总策划：周培玉

主编：廖灿



中国经济出版社

ZHONGGUO JINGJI CHUBANSHE

650902

图书在版编目 (CIP) 数据

金牌策划: WBSA 策划师全景揭秘/廖灿主编. —北京: 中国经济出版社,
2003.9

ISBN 7-5017-6027-6

I. 金… II. 廖… III. 商务—策划 IV. F710

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 069631 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 邵 岩 (68319114)

责任印制: 张江虹

封面设计: 刘大海

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市欣欣印刷有限公司

开 本: 165×240 毫米 1/16 印张: 33.875 字数: 738 千字

版 次: 2003 年 9 月第 1 版 印次: 2003 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5017-6027-6/F·4865 定价: 55.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68341879 68353624

中国经济书店: 66162744 地 址: 西四北大街 233 号

WBSA 商务策划系列丛书

《金牌策划》编委会成员名单

顾 问：米尔顿·科特勒

陈 军 史宪文

总策划：周培玉

主 编：廖 灿

编 委：（排名不分先后）

刘彦生 刘 鹰 王亚丽 徐 义 刘秉君

汪润南 钱 勇 张亦欣 冯红成 马艳芳

熊 瑾 阎义侠 辛志勇 汪 萍 李平金

张热冰 黄 飞 严忠明 李羿锋 张 鸿

郭 华 李杨林 袁亚辉 于志文 张青永

严奉焕 于敏扬 郎鸣镛 赵金华 王可锋

邵 卫

编 务：刘富强 周 涛 陈 红 刘 立 张桂英

尹东海 田俊翔 张 跃 李 霞 张林林

孙 晶



人事部全国人才流动中心与WBSA中国总部举行联合推广WBSA认证培训签约仪式



WBSA中国总部与美国科特勒营销集团结成战略联盟



WBSA中国总部与青岛大学合作成立“青岛大学国际商务策划学院”，双方领导出席签字揭牌仪式



WBSA中国区理事会成立大会上，部分商务策划师获证



2003年全国机构工作会议与会代表留影



人事部全国人才流动中心副主任陈军向
WBSA 注册商务策划师曹育彬颁证



中国企业联合会管理咨询委员会主任
汤茂义在理事会成立大会上讲话



OK 策划仪 2003 年 10 月隆重面市，
米尔顿·科特勒大师殷情祝贺



全国助理商务策划师第五次统一考试评
卷会现场



史宪文教授、刘秉君老师、
加 WBSA 示范班学员联谊会、
廖灿老师应邀参

(首批入选名单 排名不分先后)



张梦德



马忠明



陈



李



王



刘



王



陈



陈



刘义峰



陈



陈



陈



李平金



陈



陈



陈



陈



陈



郭巴明



陈



陈



陈



俞永



陈



陈



陈



陈



陈



陈



陈



陈



陈



陈



陈



陈



著名策划专家王树森



2000年1月21日全国人大常委会副委员长程思远在人民大会堂为「中国企业最佳策划人」王树森颁奖



2003年4月3日王树森专家特邀世界顶级营销策划大师米尔顿·科特勒先生为总顾问



2002年6月21日全国人大常委会副委员长布赫在钓鱼台国宾馆授予王树森“中国十大策划专家”称号



王树森教授往返全国各机构，进行WBSA教学演讲，深受社会各界及学员的欢迎，图为他在北京理工大学特训班上演讲



王树森在策划大会上发表演讲



资深报人、资深音乐人、策划专家
彭忠在办公室



彭忠与策划人研讨策划方案



彭忠与好莱坞著名音乐人合影



彭忠应邀出席亚洲广告节并在香港文汇报社考察留影



WBSA 国际注册商务策划师李平金先生在讲述他连锁经营策划案例



李平金策划师与科特勒大师合影



南昌星星餐饮管理有限公司策划总监李平金先生在江西农业大学检查本公司连锁经营的食堂



南昌星星餐饮管理有限公司策划总监李平金先生成功策划 17 所高校食堂连锁经营



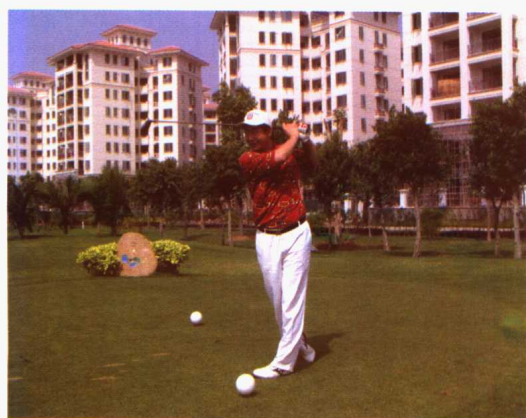
江西东南水利疏浚有限公司总经理李平金在介绍九江县江洲防洪堵口筑堤施工情况



生态旅游专家吕健在新闻发布会上讲话



吕健与外国友人亲切交流



高尔夫球场英姿



吕健在北京师范大学开学典礼上与导师合影



吕健在“生态环境与健康研讨会”上



生态环境新闻发布会上吕健作主题报告



WBSA 杭州机构负责人、杭州世策联
商务策划咨询公司董事长熊瑾近影



熊瑾策划师与米尔顿·科特勒大师合影



董事长熊瑾策划师与首席执行官夏
运强策划师在一起



公司董事顾友金策划师善于倾听



颌首沉吟



夏运强就“银城竹文化节”融资
方案的策划进行实地考察

商务策划师大有可为(序一)



中国是谋略文化古国,曾产生过孙子、卧龙等智谋大师。其谋略思想不仅为中国人所推崇,也为美国乃至西方国家商界所借鉴。中国企业已加入 WTO 全球化市场竞争,一批商务策划专才也将脱颖而出。

世界商务策划师联合会科学地规定了三种商务策划人才水平测评标准,即初级商务策划师、中级商务策划师和高级商务策划师。其中高级商务策划师采取直接申报认证方式,要求按规范提交一个代表策划案和五条商理。据悉,中国已有 180 位各大领域的专家通过了 WBSA(高级)商务策划师认证。

《金牌策划》从中选录了 30 余位杰出代表,全面展示 WBSA 注册商务策划师的业绩和风采,不仅记载了他们的策划人生,也收录其代表案例,虽然领域不同规模不一,但可以窥见他们的足智多谋。有些也让我觉得耳目一新,我乐意向读者推介,相信对你们也会有所启迪。

我曾多次应邀来到中国,有着浓浓的中国情结,在几年的相识相交中,我对 WBSA 人抱有深深的好感,并选择了与 WBSA 中国总部结成战略联盟,合作举办“科特勒——WBSA 营销论坛”,启动“中国名城百企进美国辅导计划”。在 WTO 环境下,打造具有全球竞争力的中国品牌。我相信,中国的商务策划师们也将大有可为。

(米尔顿·科特勒 美国科特勒营销集团总裁,著名 WBSA 国际注册商务策划师,世界顶级营销策划大师)

Preface

China is strategy cultural ancient country, has many famous strategists such as Sun Zi and Zhu Ge Liang. Their strategic are not only widely used by Chinese people, also appreciated by America and even western foreigners. Chinese enterprise has joined WTO globalization market competition, will in turn generate a group of professional strategists.

The World Business Strategist Association has properly defined three levels of business strategist: Business Strategist; Business Strategy Planner and Business Planner. In which, high - grade business plans teacher to adopt, directly report certification way, ask to submit a representative according to specification to plan case and 5 business reason. According to the report China the expert who has had 180 each big fields have passed through WBSA (high - grade) business strategists.

We collect the stories of 36 outstanding business strategists in "Golden strategies". Though they are in different areas, their strategic thoughts are applicable to all of us. It's my great pleasure to introduce this book to all readers. I think you will not be regretted having read the book.

I have been invited to China for several times, I love China! And I love the leaders of WBSA. So I decide to build a strategic union with the WBSA Chinese headquarter, and host the "Kotler—WBSA Marketing forum" to start the "Road to U.S.A." coaching plan. I believe, the business strategists of China will also have the land that used force.



April 5, 2003



中国需要策划创新人才(序二)

陈军

近年来,随着中国经济的持续快速发展,特别是与国际经济的接轨,社会对人才的需求呈现了旺盛的趋势。在人才市场发布的各类招聘信息中,时常会发现“企业策划”、“广告策划”、“投资策划”、“……策划”等可以列出许多策划类这一颇感时髦的专业,有的企业对此专才求贤若渴,甚至不惜重金聘请。商务策划作为人才市场中的一项新职业正在中国悄然兴起,而且有迅猛发展之势,这无疑对我国刚刚起步的策划业来说是一个利好消息。

中国的策划历史源远流长,曾为人类的智慧宝库作出了杰出贡献,创造出诸如《孙子兵法》、《三十六计》、《三国演义》等传世经典,涌现了众多的古代谋略大师。这些经典作品和谋略大师精湛的策划思想不仅对中国的社会产生过积极的作用,也对西方国家的军事乃至现代商务产生了重要的影响。

然而,中国的策划业长期徘徊不前,已远远落后于国外发达国家的水平,产业化、职业化程度十分低下。究其原因有多方面的,就其主导因素讲,中国的策划从它的诞生之日起一直停留在较高层次的“观念”或“思想”层面上,它不是作为一种工具而是作为一种独特的艺术来使用,并具有较强的排他性,加之更被少数精英所掌握,因而,很难在大众中普及。这颇像中国传统的中医学,医者凭着父传子、师传徒这样一种传授方式和自身的悟性为求治者行医投药,其治病医理和行医方法见仁见智,完全取决于行医者的个人技艺。传承了这样一种思想,改革开放 20 多年来,中国的商界也出现了诸多的策划流派、点子大王和策划高手,他们多以各自独到的艺术风格,利用策划智慧叱咤商海,更有精典案例令世人叫绝。但也确有平庸者,甚至江湖医术招摇撞骗之辈,搅乱了策划业的秩序,造成了策划信用缺失。凡此种种,终使中国的策划业难以走向大众化阶层,没了大众化这样一个群众基础,何谈规模化和产业化发展。因此,在当代中国经济迅速市场化和国际化的进程中,确有必要将中国传统的策划艺术进行提炼升华,并融入西学技术,创造出一种全新版本的现代中国策划技术,用以指导、规范和促进策划创新人才的培养以及策划事业的发展。

近几年来，WBSA事业的引入和其快速发展，给中国的策划业带来了机遇，使沉寂了多年的中国策划业突然变得活跃起来。WBSA以其特有的知识体系和规范的操作程序在业界引起了广泛关注，并赢得了策划人的青睐。WBSA体系独特之处就在于，在它的创建过程中实现了知识系统的转换，亦即按照一定的规范将中国传统的谋略艺术与西方的决策技术进行了有机组合，从而实现了本土化与国际化的完美结合，使策划这门艺术真正变成了民族的、大众的商务工具。

实践证明，WBSA引入中国四年来所取得的良好业绩，足以显示其旺盛的生命力。随着WBSA业务稳健地推进，尤其是凭着其专有的知识品牌和独特的商业模式，必将在纷繁复杂、竞争激烈的商海中为中国的策划业树立起一面旗帜，以引领策划业的发展，进而，为民族策划业的复兴作出应有的贡献。

(陈军 人事部全国人才流动中心副主任、中国人才交流协会秘书长、国家商务策划人才平台的搭建者和奠基人)



挖掘策划创新人才(序三)



WBSA 进入中国,并开拓策划行业,已经到了第五个年头。我们寂寞地克服了无以计数困难,今天回首往事,尽管我们业已取得的成果和国人的期望相差甚多,但我们已经在服务国家创新事业的道路上走得很远了。寂寞中有快乐,把策划师们的精彩挖掘出、拾起来,展示给国人看,是最开心的事。

在茫茫人海中找一个精彩的人、创新的人、高智的人,实在是一件困难的事,因为人的内涵没有写在脸上,没有长在手上。近五年,我们测评了 1000 多人,挖掘出来的合格的高级策划师仅仅 180 多人。但我敢说这 180 人就是 180 个世界!这 180 个世界又能创造 180 个辉煌的历史!

什么是 WBSA 高级商务策划师?很难一句话概括。我有一个近似的答案:不用策划,也能给企业制造创新的人。他们已经在实践中总结出来了一整套创新思维模式,商家的问题一旦落在他们的创新模式之中,他们会快速提出创新方案,别人看他们在创新,而对于他们本人来说是自我回忆、自我复制、自我习惯。他们从理性的层面高度自信,自信到看自己都上瘾的程度。WBSA 追求的就是这种“可信的创新人”。一些曾经很成功、很有名气的人,在 WBSA 的天平上衡量,结果成了不合格“产品”,他本人不服,业内有误解,其实,一个点子在特殊情况下可能凭运气撞到成功,但那不是必然的成功。名气也具有偶然性。

WBSA 的价值观不在于你原来策划实践的对象大小、产生的成果轰动性强弱,而只在于创新过程本身。策划对象的大小是相对的,多实现 2 万元效益对于大企业来说微不足道,而对于一个下岗职工来说可能是一生的转机;也许为下岗职工家庭经济所进行的策划,其创新思维模式可能适合于一个大企业集团,我们需要在人们的细微实践中发现能给国家作出大贡献的人,这才叫做从根本上尊重人才;策划的轰动效应也是相对的,策划者通过创新指导下岗职工生活出现转机,这在职工家里是轰动的,在下岗职工的心里是轰动的;一些策划虽然造就了一家媒体辉煌业绩,在内部是轰动的,但由于策划本身涉及与对手的竞争等等,从根本上就无法公开内幕,这个轰动也无法成为策划者的品牌。