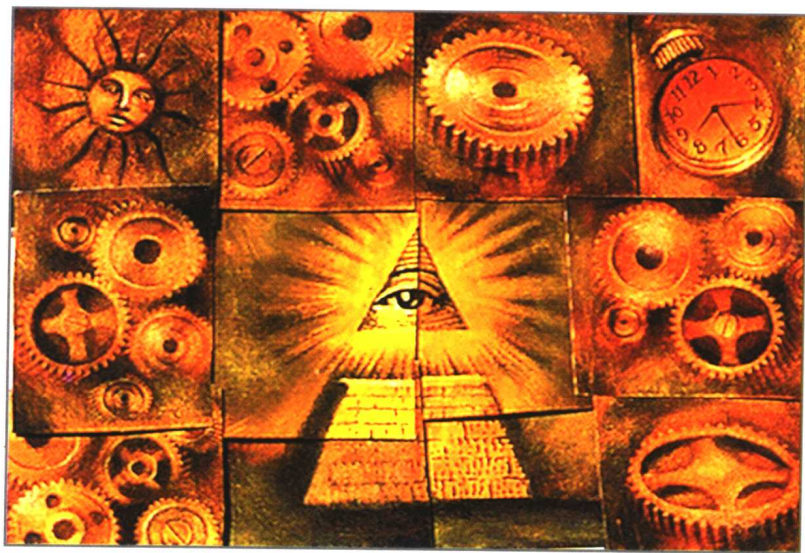


经典营销智慧 揭开成功之谜

改变世界的 *100*个营销故事

经典营销
畅销书

田戈 编



★ 100 Marketing Cases to Change the World

朝华出版社

改变世界的 100 个营销故事

田戈 编著

朝华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

改变世界的 100 个营销故事 / 田戈编. - 北京: 朝华出版社, 2004.5

ISBN 7-5054-0978-6

I. 改… II. 田… III. 市场营销学 - 案例

IV. F713. 50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 028635 号

改变世界的 100 个营销故事

编 者 田戈

责任编辑 马艳

责任印制 赵 岭

出版发行 朝华出版社

社 址 北京市车公庄西路 35 号 邮政编码 100044

电 话 (010) 68433166

(010) 68413840 / 68433213 (发行部)

传 真 (010) 88415258 (发行部)

印 制 北方工业大学印刷厂

经 销 全国新华书店

装 帧 平 开本 32 开

字 数 134 千字 印张 7.5

印 数 1~8000 册

版 次 2004 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-5054-0978-6/G·0416

定 价 18.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换



编者言

营销是一门艺术,尽管很多营销人员自己并不这么认为。但事实就是如此。

松下幸之助曾指出:“一个企业的成功,运气占很大的比例;但一个企业的失败,却有很多人为因素。”营销就是这中间的一个重要环节。一个失败的企业,它的营销必然是失败的。

营销就是与重要的客户建立起有价值倾向的稳定关系,获利性地营造顾客满意;营销,不是让你为你的公司拼命,而是让你的对手公司为你出血。营销目前所面临的问题是:如何把东西卖出去,如何把东西更多地卖出去,如何在竞争激烈的情况下把东西更多地卖出去。

出于对那些正在忙碌着营销自己,或者营销产品的人们的美好祝愿,《改变世界的100个营销故事》收集了100个个人营销和产品营销方面经典营销故事,每则故事浓缩了一个营销案例的精华,通俗而寓意深刻,简单而引人深思,你既可以把它作为茶余饭后的谈资,也可以视它们为理论上的指导,让你在轻松一笑的同时有

所领悟，它们像一把把利剑，助你驰骋商场，使你的营销技巧在不知不觉中得到提升，让你不再因为库中的积压而愁眉苦脸，不再因为同行的排挤而萎靡不振，但是，旧的经验只有与新的形式结合起来才有价值，否则，它便会行不通。

最后，希望这本书能使每一位从事管理或者营销的人员得到良好的启示，能带动你去开拓更广阔的市场，赚取更多的财富，获得更充实的人生。

另外，在这里我们衷心地感谢各个小故事的作者朋友们，为我们提供了如此优秀的作品。由于种种原因，我们还未与部分作者取得联系，希望你们尽快与我们联系(flower-97@163.com)，以便支付稿酬。

同时，也感谢所有在编辑此书的过程中给予我们帮助的专家和同仁们。

编者

2004. 4. 1

目 录



第一辑 永远都要坐前排

- 3 永远都要坐前排
- 4 买件红衣服穿
- 5 卖把斧子给总统
- 7 穷人最缺什么
- 9 价 值
- 11 你总有一样拿得出手
- 13 用信心去敲门
- 15 你是千里马，但你还得叫
- 17 人生“胜负手”
- 19 墙上挂什么

第二辑 请把名片还给我

- 23 请把名片还给我
- 25 退 鞋
- 28 取 经
- 30 手指甲
- 32 最后的测试
- 35 你最不想成为的人

第三辑 做个优秀的“义务工”

- 39 笑不容易
- 41 做个优秀的“义务工”
- 43 700 万美元从何而来
- 45 三句半话，一个机会
- 46 把冰卖给爱斯基摩人
- 49 冬眠的熊

第四辑 信誉就是资本

- 53 摩根家族的信誉
- 54 信誉就是资本
- 55 一套传奇的西服
- 57 一枚戒指
- 58 情报公司的清单
- 60 十字路口往哪儿走

第五辑 把鞋卖给赤脚的人

- 65 拯救凯迪拉克
- 67 阿迪达斯的忧伤
- 70 败阵而还的派克
- 72 麦当劳的危机

74	花花公子何去何从
76	为尺码取名
78	“魔鬼”的“魔法”
80	大师的败笔
82	字纸篓的秘密
83	垄断后的冷清
84	陌生蕴含商机
85	菜单工作室
87	名画被毁
89	250 定律
91	把鞋卖给赤脚的人
93	卖给和尚一千把梳子
95	上上签如何挂

第六辑 化“危”为“机”

99	化“危”为“机”
101	百万身价的人
103	一步到位的开店精神
105	间谍大厨
107	得意的猴孙
108	石场与科斯定理
109	一加一大于二

111	·····	双面杂货铺
113	·····	经营中的“吃蛋原理”
115	·····	门口的年轻人
117	·····	Starbucks 掀起咖啡狂潮
119	·····	把生意做成文化
122	·····	可口可乐为何处变不惊
124	·····	一枚邮票
125	·····	沃尔顿的生意经
127	·····	第一天上班带什么

第七辑 折扣生财

131	·····	大众会抢什么
132	·····	费解的门票
134	·····	“钓鱼”
137	·····	贺卡的问候
139	·····	稻草人的告白
140	·····	巧传真实
143	·····	折扣生财
145	·····	寄给他们一只白袜子
148	·····	经济学中的美
150	·····	罐头盒上的谜语
151	·····	老鞋匠的智慧

152	·····	一元钱存款
153	·····	猫咪草窝变宝库
154	·····	十分钟内做出的蛋糕
156	·····	成功的关键在于你的期待
158	·····	什么样的建筑物

第八辑 剃须刀的自我进攻

161	·····	剃须刀的自我进攻
163	·····	“游戏”报告会
166	·····	祝福苹果热卖中
167	·····	爱情虾大卖
169	·····	裸体女郎惹风波
171	·····	800粒石子
173	·····	一元钱的“繁殖”能力
175	·····	五花八门的推销术
177	·····	出卖智慧的人
179	·····	小说旅馆
182	·····	花钱绑架自己
184	·····	怪异的广告
186	·····	小小铜牌 出奇制胜
188	·····	做只土拨鼠
190	·····	听，智慧在对你说话

193	你如何点菜
-----------	-------

第九辑 智者赚明天

197	上帝的救援
199	智者赚明天
201	从贫民窟走出的千万富翁
204	至少用一头猪的智慧去经营企业
206	再煮一锅饭
207	深夜的火灾

第十辑 一把椅子的问候

211	一把椅子的问候
213	不一样的海尔
214	售楼小姐的峥嵘岁月
215	圆梦花园和凤凰山庄
216	两篇稿件
218	三家宾馆
220	老农夫和服务小姐
222	一美元与八颗牙
224	“3S”摆平纽约客
226	差距
228	别人打破了花瓶

第一辑

永远都要坐前排



不是因为有些事情难以做到，我们才失去自信，而是因为我们失去自信，有些事情才显得难以做到。

永远都要坐前排

20 世纪 30 年代，在英国一个不出名的小城镇里，有一个叫玛格丽特的小姑娘，自小就受到严格的家庭教育。父亲经常向她灌输这样的观点：无论做什么事情都要力争一流，永远做在别人前头，而不能落后于人，“即使坐公共汽车时，你也要永远坐在前排”。父亲从来不允许她说“我不能”或者“太困难了”之类的话。正是因为从小就受到父亲极其“残酷”的教育，才培养了玛格丽特积极向上的决心和信心。她总是抱着一往无前的精神和必胜的信念，尽自己最大努力克服一切困难，以自己的行动实践着“永远坐在前排”。

玛格丽特在上大学时凭着自己顽强的毅力和拼搏精神，硬是在一年内全部学完了，并且令人难以置信的是，她的考试成绩竟然名列前茅。其实，玛格丽特不光是学业上出类拔萃，她在体育、唱歌、演讲及学校的其他活动方面也都一直走在前列。当年她所在学校的校长评价她说：“她无疑是我们建校以来最优秀的学生，她总是雄心勃勃，每件事情都做得很出色。”

正因为如此，40 多年以后，英国乃至整个欧洲政坛上才出现了一颗耀眼的明星，她就是英国第一位女首相，雄踞政坛长达 11 年之久，被世界政坛誉为“铁娘子”的玛格丽特·撒切尔。



启示

“永远都坐前排”是一种积极的人生态度，它可以激励你为实现自己的人生目标而不懈努力，激发你一往无前的勇气和争创一流的精神，也是营销自己的最佳方式。

买件红衣服穿

卡耐基小的时候家里很穷，有一天，他放学回家时候经过一个工地，看到一个穿着华丽，像老板模样的人在那儿指挥。

“请问你们在盖什么？”他走上前去问那位老板模样的人。

“要盖个摩天大楼，给我的百货公司和其他公司使用。”那人说道。

“我长大后要怎样才能像你这样？”卡耐基以羡慕的口吻说道。

“第一要勤奋工作……”

“这我早知道了。老生常谈，那第二呢？”

“买件红衣服穿！”

聪明的卡内基满脸狐疑：“这……这和成功有关？”

“有啊！”那人顺手指了指前面的工人，“你看他们都是我手下，但都穿清一色的蓝衣服，所以我一个也不认识……”

说完他又特别指向其中一位工人：“但你看那个穿红衬衫的工人，我长时间注意到他，他的身手和其他人差不多，但是我认识他，所以过几天我会请他做我的副手。”

成功并非你想成功就可以达到，还要有迥异于常人的智慧和思想才行。



启
示

自我营销，首先是要突出自己，这样才能从万人丛中脱颖而出。

卖把斧子给总统

2001年5月20日，美国一位名叫乔治·赫伯特的推销员，成功地把一把斧子推销给了小布什总统。布鲁金斯学会得知这一消息，把刻有“最伟大推销员”的一只金靴子赠予了他。这是自1975年该学会的一名学员成功地把一台微型录音机卖给尼克松以来，又一学员登上了如此高的门槛。

布鲁金斯学会创建于1927年，以培养世界上最杰出的推销员著称于世。它有一个传统，在每期学员毕业时，设计一道最能体现推销员能力的实习题，让学员去完成。克林顿当政期间，他们出了这么一道题目：请把一条三角裤推销给现任总统。八年间，有无数学员为此绞尽脑汁，可是，最后都无功而返。克林顿卸任后，布鲁金斯学会把题目换成：请把一把斧子推销给小布什总统。

鉴于前八年的失败和教训，许多学员知难而退。个别学员甚至认为，这道毕业实习题会和克林顿当政期间一样毫无结果，因为现在的总统什么都不缺少，再说即使缺少，也用不着他们亲自购买，再退一步说，即使他们亲自购买，也不一定正赶上你去推销的时候。

然而乔治·赫伯特却做到了，并且没有花多少工夫。一位记者在采访他的时候，他是这样说的：我认为，把一把斧子推销给小布什总统是完全可能的。因为，布什总统在得克萨斯州有一农场，那里长着许多树。于是我给他写了一封信，说：“有一次，我有幸参观您的农场，发现那里长着许多矢菊树，有些已经死掉，木质已经变得松软。我想，您一定需要一把小斧头，但是从您现在的体质来看，这种小斧头显然太轻，因此您仍然需要一把不甚锋利的老斧头。现在我这儿正好有一把这样的斧头，它是我祖父留给我的，很适合砍

伐枯树。假若您有兴趣，请按这封信所留的信箱，给予回复……最后他就给我汇来了 15 美元。”

乔治·赫伯特成功后，布鲁金斯学会在表彰他的时候说：金靴子奖已空置了 26 年，26 年间，布鲁金斯学会培养了数以万计的推销员，造就了数以百计的百万富翁，这只金靴子之所以没有授予他们，是因为我们一直想寻找这么一个人。这个人从不因有人说某一目标不能实现而放弃；从不因某件事情难以办到而失去自信。



启
示

不是因为有些事情难以做到，我们才失去自信，而是因为我们失去了自信，有些事情才显得难以做到。