

点子大师



京华企业咨询中心 主编

中国商业出版社

点 子 大 师

京华企业咨询中心 主编

中国商业出版社

(京)新登字 073 号

图书在版编目 (C I P) 数据

点子大师/京华企业咨询中心主编. —北京:中国商业出版社, 1994. 8

ISBN 7-5044-2895-7

I. 点… I. 中… III. 企业管理—方法 N. F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (94) 第 10321 号

点子大师

京华企业咨询中心 主编

责任编辑 常 勇

*

中国商业出版社出版

石家庄市塔冢印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

850×1168 毫米 1/32 印张: 15 字数: 376 千字

1994 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

定价: 13.80 元

ISBN7-5044-2895-7/F·1702

(如有印装质量问题可更换)

目 录

开拓市场的公关点子

——九十年代的商战是用户心理战

SB 公司制造的“富士山危机”	(2)
台南动物园的真假熊猫	(2)
利用天皇葬礼小加热器打开市场	(3)
借尼克松访华扬名得利的小小瓷器公司	(4)
借助赫鲁晓夫品尝 百事可乐占领苏联市场	(4)
冈佐银行不惜撒谎维护客户关系	(5)
香港烟商对付禁播香港广告的宣传招术	(6)
英国航空公司为一位乘客也开一班客机	(7)
靠体育明星扬名的阿迪达斯公司	(8)
借助纪念活动 港湾公寓销售获成功	(8)
国光集团重奖高考状元引起轰动	(9)
借助阿童木促销卡西欧的公关战	(10)
红楼梦酒厂的亚运“壮行酒”	(11)
可口可乐公司没有广告味的广告	(12)
借修复“自由女神”运通公司扬美名	(12)
北欧世家皮革公司在北京打知名度	(13)
飞驰在铁路上的“古井贡”	(14)
让每一个中国医生都了解杨森	(15)
抓住时机造新闻 游客大增加	(16)
美国“红脸”的绿巨人独步台湾市场	(17)

公关第一先生铁流巧用政治因素做出公关大文章	(18)
用赞美词和赠送礼品征服消费者的艾丝蒂	(18)
来辉武打出“奥运牌”“505”驰名海内外	(19)
系列公关活动使施特罗啤酒名声大振	(20)
法国各大时装公司借明星做“活广告”	(21)
“夜间应急电话”使“霞飞”名传上海千家万户	(21)
陈李济药厂争取专家与“制造新闻”两管齐下	(22)
美国雷诺公司故意起诉替自己宣传	(23)
泸州老窖借获奖巧宣传	(24)
巧做生日广告 三菱公司得利扬名	(24)
台湾厂商推销服装的“糖衣炮弹”	(25)
强力啤酒借免费饮用打开市场	(26)
索尼老板盛田昭夫巧打英国皇家牌	(27)
美国人机场饭店的开业仪式	(28)
公关专家铁流设计的著名“千里冰”活动	(28)
日立公司在美国巧处邻里关系	(29)
百事可乐靠美好形象占领印度市场	(30)
日本著名影星松田圣子开店	(31)
有惊无险的事故是宣传的好话题	(31)
香港汉堡包公司奖励背广告词招来众多义务宣传员 ..	(32)
制造“抢劫”风波的美国面包公司	(32)
东港公司的滴水之情引来著名学府学子的涌泉相报 ..	(33)
利用电话号码的日本运输公司	(34)
巧借名牌促销产品	(34)
生产最豪华的轿车只是要赚来名气	(35)
亨利公司家丑外扬名也扬	(35)
美国 CBC 军火公司靠感情投资突破禁地	(36)
席梦思床垫当地毯 踩出来的名牌	(36)

做鞋不卖的珠宝店老板	(37)
巧打富豪牌 穷学生成千万富翁	(37)
全国第一支“吹泡泡表演队”	(38)
伦敦西斯罗机场上的旅客发泄不满的录像装置	(39)
抬举霍英东为已扬名	(39)
打竞选总统牌的百事可乐公司	(40)
到《羊城晚报》编辑部做活公关	(41)
用录音机录下顾客意见西埃都跻身大公司	(41)
华成公司靠当被告赢得声誉	(42)
华旗果茶打“天安门牌”	(43)
每个高考学生身上都有天纯的“广告”	(43)
绿叶科技产业公司的天安门城楼公关战	(44)
借球星发财的美国餐馆	(44)
设虎惊人的中国大酒店	(45)
引起新闻界注意的赛猪大会	(45)
松下巧打名人牌	(46)
让“皮里尔”成为有钱人的饮品形象	(46)
牡丹牌电视机独资赞助亚运会	(47)
日本东天口香糖的“寻找美女”	(47)
广告公司搬家 沿途公关做到家	(48)
“十八里红”酒何以名扬世界.....	(48)
制造笑料新闻 厂家免费扬名	(49)
防仿制启事是促销战术	(49)
造戈尔巴乔夫的假新闻提高苏马庄园知名度	(50)
周米高遭抨击时断然起诉声誉大振	(50)
美国豆芽大王发迹前虚张声势迅速赚进一亿美元	(51)
日本雇用美国“走廊客”作为上层说客	(52)
地产大王约瑟夫拍卖房产时面临疯狂的敌对者	(52)

西湖味精厂出资 15 万花钱买桥名·····	(54)
三家服装店竞争 赢家的告示·····	(54)
震旦公司万元机器卖 1 元 一举名扬台湾·····	(55)
死前愚弄债主的采访记·····	(56)
人头马洋酒公司借奥运冠军庆功会为已宣传·····	(57)
日本明治公司小题大做树立美好形象·····	(58)
菲亚特集团董事长别具一格的记者招待会·····	(58)
台湾国宾饭店巧借人类登月活动发财·····	(59)
先占领琉球岛 进而打入全日本的高露洁公司·····	(59)
“海虹”汽车吊车借“亚洲一号”扬名·····	(60)
哈里兹制鞋公司制作巨型皮鞋的广告策略·····	(60)
在柏林墙推倒的最后一刻 西铁城占领德国·····	(61)
“真由美”度蜜月 金沙江酒店名声扬·····	(61)

危难时的公关点子

——公关的起死回生法力

美国微点公司反通用公司的吞并的招术·····	(64)
挽救“霞飞”的中国公关神话·····	(65)
当美国食品商看到报上说自己的产品致癌时·····	(66)
空难对波音公司倒成为好事·····	(68)
大火后的阿罗公司回生有术·····	(68)
荷兰宫借公关活动重新打入市场·····	(69)
销毁自己的全部产品后 股票急剧回升·····	(70)
出售次品获美誉的奥达克余公司·····	(71)
美国花卉业如何对待杂志文章的毁灭打击·····	(72)
Xi 夜总会利用斗殴事件促销·····	(73)
丰田公司在美国改变形象之战·····	(74)
乔治旅馆在流浪者强占旅馆时的公关措施·····	(75)
台湾赛场的“穿错球鞋”风波·····	(75)

公关活动使“死刑产品”重获新生	(76)
美国公关专家帮助震后的墨西哥重振旅游业	(77)
旧金山海湾泄油之后的公关活动	(79)
抓住长江大桥被撞坏的机会	(80)

广告的点子

——感动“上帝”既靠虔诚更靠智慧

日商靠购买名画获得巨大广告效益	(83)
✓ 推销胶水的奇特广告大战	(83)
日产汽车公司在美国的不见汽车的汽车广告	(84)
✓ 电视剧《空中小姐》——日航的广告骗局	(84)
✓ 台湾明星包娜娜的香蕉广告	(85)
让男棒球明星穿上女长统袜的广告	(86)
让消费者自己证实产品一部分功效即可	(86)
✓ 麦当劳的无声广告	(87)
✓ 雀巢公司总部大楼就是巨大的广告	(87)
✓ 用假“名人”做广告的花招	(88)
大众消费品的广告定位要低	(88)
王安电脑公司办培训班是无形的特效广告	(89)
征集广告的活动本身就是大广告	(89)
珀雷格农的品位形象	(90)
“贿赂”经销商的广告策划	(90)
抓住偶然事例大作广告的“永生”金笔	(91)
日本广告商在体育场地上的广告	(91)
斯特法内时装店不聘小姐聘大姐	(92)
苏格兰威士忌上带有“可以撕下来的标签”广告	(92)
美汽车骄子雅科卡推销“野马”汽车的策略	(93)
✓ 起用网球名将贝克尔 树立费拉运动服公司的形象	(94)
现身说法表演可强烈震撼消费者	(95)

加深印象的火柴广告	(96)
本田公司的怪诞广告	(96)
美国兰丽化妆品公司的累积印象广告	(97)
故弄玄虚的“买一送二”	(98)
山口百惠的“红鞋”	(99)
死人说话的水果广告	(99)
裸体的裤子广告	(100)
美国雪菲德公司的“肥胖女”模特儿	(100)
类似滑稽剧的灯泡广告	(101)
激将顾客自尊心的汽车广告	(102)
✓ 将缺点强调为优点的“汉斯番茄酱”广告	(102)
“明星”未必是美人	(103)
巴尔扎克用小说替朋友做广告	(103)
✓ HRC 牌手表的悬念广告	(103)
“海飞丝”洗发水打入大陆的悬念广告	(104)
✓ 在衬衣纸板上做广告的百万富翁	(105)
法国波莫瑞香槟酒“羊群里出骆驼”广告	(106)
波莫瑞香槟酒厂对酒广告禁令的广告对策	(106)
✓ 抓人潜层心理的司迪麦口香糖广告	(107)
✓ 麦西百货公司的超短裙广告	(107)
✓ 胖乎乎的婴儿小脚做出的奶粉广告	(108)
✓ 一毛钱广告巧借几十万广告东风	(109)
✓ 轰动香港的“利宝源”珠宝广告	(110)
洗车店前的对比广告	(110)
巧用夸张的广告	(111)
意大利一服装店的“价格最昂贵”广告	(111)
法国长颈 XO 白兰地广告	(112)
飞利浦公司的请喝热咖啡广告	(112)

摩黛丝命名测试·····	(113)
金星金笔亲友装顾客的广告招术·····	(114)
北京“多少钱您看着给”餐馆顾客盈门·····	(115)
“统一牌”方便面智取京城·····	(115)
太麦克斯手表的“拷打试验”广告·····	(116)
中国第一支“人体活动广告队”·····	(116)
日本商人打开市场的广告先行战术·····	(117)
法国香槟酒厂的特制金瓶·····	(117)
梁培基售药广告中的大喘气·····	(118)
“假女王”御驾 珠宝店开张增辉·····	(118)
箭牌口香糖的广告定位·····	(119)
美国影片耸人听闻的招客术·····	(119)
美国太平洋电话公司以邓小平为题的广告·····	(120)
借原子弹试验地命名的“比基尼”泳装·····	(121)
西德奔驰汽车的赠款广告·····	(122)
别具匠心的显丑揭短广告·····	(122)
将银行名字改为“这银行”·····	(123)
为“10 万美元寻找主人”的保险柜广告·····	(124)
保险公司寄给用户的“寓言”·····	(124)
美国 JTP 广告公司的病胃与人的对话·····	(124)
引发人的恻隐之心的幽默广告·····	(125)
美广告大师的“屈居第二”广告·····	(126)
声称是“最差产品”的广告·····	(126)
信华毛料非凡的“有一套”广告创意·····	(126)
“您愿与毛毛虫共眠吗?”·····	(127)
击中 35 岁妇女要害的广告·····	(128)
台湾著名的“请大家告诉大家”广告·····	(128)
“轰炸东京”做菜名 顾客好奇都来尝·····	(129)

瑞士人的“戈尔巴乔夫”牌香烟·····	(129)
登月火箭上天 日本电视机畅销·····	(130)
洗发赠送洗发精 美容店明赔暗赚·····	(130)
福特公司的“猎鹰”车大游行·····	(131)
为丰田公司夺回市场的惊险广告·····	(131)
松下公司初期的一次经销壮举·····	(132)
台湾胜风空调公司的声音对比广告·····	(133)
巨型面包给底特律食品公司带来效益·····	(133)
借他人电话专线主题巧妙宣传自己的“百福宁”·····	(134)

销售的点子

——成功者卖出的是商业智慧

坦率的讨教更有推销效果·····	(137)
抓住女顾客隐秘心理做文章的松下公司·····	(138)
日本角荣公司的“空手倒”预约销售法·····	(138)
台湾太平洋建设公司先建球场后卖房的销售策略·····	(138)
台湾哥林公司的销售奇招：捉拿歌星嫌疑犯·····	(140)
抓住高考时机“克补”猛攻市场·····	(141)
商品投入市场中的“饥饿”方针·····	(142)
只卖一茬货的意大利莱尔市场·····	(142)
推销中盐水浸泡各家螺丝以比高低·····	(143)
利用男女间微妙心理推销·····	(144)
麦拉伦以言辞“杀人”获成功·····	(144)
同样商品 提高一种的价钱 很快卖掉另一种·····	(145)
东京银座商店的一折销售法·····	(145)
海湾战争后 英国航空公司的免费旅游·····	(146)
瑞士手表的名店廉价销售策略·····	(147)
买一送一 美汽车厂起死回生·····	(147)
丰田推销员先迎合再诱导的招术·····	(148)

日产汽车公司的“限量销售”术·····	(149)
举办重奖赛吃 一下打开面包销路·····	(149)
加拿大妙女求救销香烟·····	(150)
周口味精发动个体户突破国营产品的市场垄断·····	(150)
美国人大力宣传吃面长大个向日本推销小麦·····	(151)
日本日清公司将方便面打入美国的策略·····	(152)
长岛商人巧卖汽车·····	(153)
象牙肥皂行销全美的几步棋·····	(153)
以“可得黄金”的许诺推销香烟·····	(155)
敬重是战胜对手的利器·····	(155)
“有钱难买的商品才是好商品”·····	(156)
“一代笑星”销烟的辞令·····	(157)
雷诺汽车甩卖有招·····	(158)
顾客一句话 苏打粉畅销·····	(158)
福特 T 型车的销售宣传大战·····	(158)
让美女穿上积压服装 丑女穿上流行款式·····	(160)
战争是商人发财的良机·····	(160)
商店开办动物园 引来儿童货畅销·····	(162)
“拍立得”相机靠出售专卖权打开市场·····	(162)
台湾“麦田面包”争夺孩子有方·····	(163)
周口味精厂的市场争夺战·····	(163)
“一分钟相机”引起人注意的一个骗机·····	(163)
“福特汽车俱乐部”的多项实惠政策·····	(164)
可口可乐、雪碧促销战中的“红配绿对对送”·····	(164)
韩国鞋打败中国鞋的道理·····	(165)
亚德兰假发公司为秃子保密·····	(166)
美国国际农机公司的“以麦子换机器”·····	(166)
台湾声宝公司的“大哥大”销售战·····	(168)

荷兰逼迫买主的花卉拍卖·····	(168)
以一亏得百盈的松本清·····	(169)
化妆品女王艾丝蒂进军欧洲的战术·····	(170)
雅芳公司 30 万推销员全是家庭主妇 ·····	(171)
美国 IBM 公司抓住进口国所想的推销策略 ·····	(171)
扮作路人的推销员·····	(172)
日本夏露丽公司的家庭聚会示范销售·····	(172)
白送煤油炉推销出煤油·····	(173)
日本人寿保险公司的动员寡妇拉保险·····	(174)
借布什之名推销房产的莱斯特·····	(174)
假借倒闭促销的百货店·····	(175)
普洛奇造假赚得订户·····	(175)
亚都公司的销售绝招——先从洋人“开刀”	
佛勒推销成功的绝招·····	(176)
大型展销会上的促销策划·····	(177)
二十五届奥运会中的西班牙商人退款促销诺言·····	(178)
在儿童食品中加带玩具 糖果商罗宾成为巨富·····	(178)
巧做儿童生意的肥皂商·····	(179)
利用日本人崇尚欧美之心 将土豆打入日本·····	(180)

定价的点子

——没有无缘无故的廉价、更没有不嫌人的高价格

索尼公司的超过 1 万台订货价格更高策略·····	(183)
切斯金的低价品好包装、高价品次包装方针·····	(183)
香港美国花旗参店的一元超值销售·····	(184)
北京金吉列高定位高价钱高利润 ·····	(185)
上海表突然大降价 天霸只涨不降反而成赢家·····	(185)
东来顺巧用弹性价格·····	(186)
万宝路“每盒 19 支烟的用心” ·····	(188)

哈夫曼公司的好货不降价谋略·····	(188)
日本三越公司制造的 100 元买 110 元货的错觉·····	(189)
“联想”用廉价打入国际市场·····	(189)
奔驰汽车“最终价格”王牌·····	(190)
台湾鞋商低价引路一损增百益·····	(192)
美国最大百货店一年一次的“全面大减价”·····	(192)
假痴真智的德鲁比克兄弟·····	(194)
古井贡削价获利·····	(194)

经营的点子

——经营就是老谋深算加上锱铢必较

美孚石油公司逃脱起诉的假“独立”·····	(197)
“亚洲第一商人”金宇春抢先购买大量美国配额·····	(197)
发美国人避孕套财的亚洲商人·····	(198)
松下公司“不发明，只改进”的战略·····	(198)
香港怡东酒店出高招“九七”客房预订一空·····	(199)
基辛格经商愿者上钩·····	(199)
塑造“美国小姐”的远见·····	(200)
自由女神过生日是生意人生财的好机会·····	(201)
耐克公司从来不生产一双鞋·····	(202)
加航公司通港飞机编号为 888、889·····	(202)
包玉刚立足东南亚的韬略·····	(203)
日本航空公司大力制作学生制服·····	(203)
亏本 10 年的美国索尼·····	(204)
请孩子决策的玩具厂家·····	(204)
针对蓝领阶层的米勒啤酒·····	(205)
日本麦当劳店员祝福客人生日的掌声·····	(205)
古耕虞并非冒险的冒险决策·····	(206)
演出现代“草船借箭”的出版社·····	(207)

台湾金石堂书店的攻守策略·····	(207)
借风行船“亚都”得利·····	(208)
藤田为信守合同空运交货·····	(209)
“允许仿造”的柯达相机·····	(209)
大做厕所文章的加拿大老板·····	(210)
威登皮箱的高贵形象·····	(210)
香港白花油声誉鹊起的手段·····	(211)
双星公司占领国内市场的策略·····	(211)
千叶县迪斯尼乐园借名“东京”·····	(212)
克罗反客为主登上麦当劳老板宝座·····	(212)
以名钓利的美国毕坚商店·····	(213)
麦当劳餐馆一切为了顾客方便·····	(214)
以“会员制度”吸引顾客的港商·····	(214)
土光敏夫靠洞察力称雄航运业·····	(215)
将全市最可口的饭店请到新建百货商店来·····	(215)
索尼公司在美国“带头牛策略”·····	(216)
德国大众公司总经理靠新型车翻身·····	(217)
楼草打兔赚了柯达公司的钱·····	(218)
何阳为邮政局出一经营广告招·····	(218)
麦克靠运单只手套蒙骗美国海关逃税成功·····	(219)
生意兴隆的出租丑女代办所·····	(219)
美国人巧在邮票上作广告·····	(220)
英国斯托姆公司不花一文广告费却赚大钱·····	(220)
日商辛格浩让口香糖赶上时髦·····	(221)
一幅画也卖不出去的毕加索一招出名·····	(222)
以总统绰号为招牌的饭店·····	(222)
山口百惠开明星旅馆·····	(223)
利用苏联解体大做文章的台湾商界·····	(223)

一瓶五粮液酒使销售额增加几百万·····	(224)
富士通以1日元投标1100万的工程·····	(224)
同仁堂先哄抬后杀价的采购法·····	(225)
人兽换位 动物园游人如潮·····	(226)
肯德基快餐厅产品出锅两小时后就扔掉·····	(227)
韩国财阀金宇中决战美国市场·····	(227)
索尼公司在竞争中占领“间隙”·····	(228)
诺贝尔突发奇想建立“水上工厂”·····	(229)
灰尘比黄金还贵·····	(230)

情报信息的点子

——财富的信息钟情于追求者

日本、台湾商人抢先赶制出加拿大国旗·····	(232)
旧金山意大利银行靠内线吞并太平洋银行·····	(232)
听者有意即得财富·····	(233)
日商由失踪的苏联官员身上得到的大情报·····	(233)
世界飞机出口史上的奇迹源于情报的刺探·····	(234)
世界上第一机密的保密手段·····	(235)
专做资料情报生意的日本人·····	(236)
少产和增产的决策来源于对气象预测的了解·····	(236)
日商靠擦皮鞋得制鞋技术·····	(237)
百货公司收集顾客记事的废纸条·····	(237)
抓信息抢得“丽珠得乐”生产权·····	(238)
本田公司抓环保信息一举占领美国汽车市场·····	(238)
陈玉书抢买北京积压名瓷一举成为行业大王·····	(239)
分析苏联杂志 穷汉成为日本的富商·····	(240)
亨利靠一条消息引发灵感成巨富·····	(241)
“闻风”重要“而动”更要紧·····	(241)
从家庭主妇议论中得到“三通”·····	(241)

一则新闻使亚默尔净赚一千万·····	(242)
中国禁止二吨以上车入市 日商马上生产中型车·····	(243)
适应防污染法规的奔驰车·····	(243)
减少粮食生产美国根据气候预测一箭双雕·····	(243)
上海第六百货店大发天气“高温财”·····	(244)
飞利浦电视机进入中国市场前的问卷调查·····	(244)

谍报的点子

——工业间谍是生意链上重要一环

前苏联谍报员的鞋底击败了波音公司·····	(247)
美厂商用假招聘获取技术情报·····	(248)
情报帮助英特尔公司击败莫托罗拉·····	(248)
名古屋维尼公司总会计师的新牙被装上了谍报机·····	(249)
美日汽车大战中的人员收买·····	(249)
美 IBM 公司大败日三菱公司的谍报战·····	(250)
盯住美国人的日本商社·····	(251)
日本轻而易举得到宝纸技术·····	(251)
超级工业间谍卡明的招术·····	(252)
休——帕公司的包打听使其后发制人屡屡成功·····	(253)
即使是总统也谢绝参观·····	(253)
英国船厂用假资料报复日本间谍·····	(254)
麦尔昆靠窃取服装情报年赚数亿美元·····	(255)

谈判的点子

——强舌能胜百万兵

欲擒故纵的 DG 公司·····	(257)
谈判室外是更好的战场·····	(257)
苏联人以高标刺激美国电视台·····	(258)
美“旅店大王”希尔顿的借钱谈判术·····	(259)