

NLP
总裁智慧系统
书系第二辑



NLP

总裁智慧系统

营销力

如何让产品卖好卖出高价

苏学锋◎著

想要在商界中独树一帜，就必须要与时代为伍。

本书的77条拓展营销思维的策略，帮你瞬间打通“任督二脉”，成为营销专家。

本书通过融合NLP智慧，

分别从赚取利润、商业模式、产品策略、玩转资本、解码人性、广告营销、优化人才等八大方面入手，

向读者展示了系统性的营销观念和策略，让他们能够充分打开自己的营销思维路径，

并且运用这些营销思维路径，找到企业的长青立足之地，并且做大做强！

中国商业出版社

NLP
总裁智慧系统
书系第二辑



NLP

总裁智慧系统

行销力

苏学锋◎著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

NLP总裁智慧系统行销力 / 苏学锋著. —北京: 中国商业出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5208-0242-0

I. ①N… II. ①苏… III. ①企业管理-营销管理
IV. ①F274

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第028726号

责任编辑 孔祥莉

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

010-63180647 www.c-cbook.com

新华书店经销

大厂回族自治县德诚印务有限公司印刷

*

710×1000 毫米 1/16 开本 16.75 印张 180 千字

2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月第 1 次印刷

定价: 48.00 元

*

*

*

*

*

*

(如有印装质量问题可更换)

导 言

苏学锋导师，一个风度翩翩、器宇不凡的企业家，他是九州创联商学院院长、九州创联董事长、国际NLP导师、国家心理咨询师、国家企业培训师、汉王科技发展顾问、华谊兄弟星剧场发展顾问、全联房地产商会市场分会副会长、《赢家大讲堂》特聘专家讲师、NLP卓越商业领袖导师、NLP总裁智慧系统课程创始人。

从当初青涩稚嫩到如今的稳重成熟，从当初的一无所有到如今的资产过亿，他通过非凡的智慧和勤劳的双手，实现了跨越式地蜕变与发展，成为了众人尊敬的智慧导师，成为了众人崇拜的企业家。

20年奋斗，他跨越千山万水，历经商海沉浮。如今，他从鄂尔多斯到北京至全国拥有多家公司，旗下的产业涉及教育培训、文化影视、互联网金融、大旅游、大健康、大科技等多个产业领域。

回首往昔，那些艰苦奋斗的片段还历历在目，正是因为有它们的存在，才拼凑成如今宏伟的事业蓝图。1997年，大学毕业的

他带着对梦想的向往，踏上了商海之路，国家的政策以及时代的契机，引领他步入IT行业，11年的打拼，他从业务员做到股东，本该享受成功的喜悦，但他却陷入了迷茫。恍然间，他发现自己经营企业过程中一直无法摆脱“茫、盲、忙”的困境，为了突破眼前的窘境，他几经思虑放弃眼前拥有的一切，踏上了求知之路。

2008年，为了寻找企业发展之路，他开始接触教育培训行业，在不间断的学习中，他和众多领域的企业家相互学习、共同成长。在学习上，他先后投资的费用超过400万，与国内外几十位知名大师学习交流。10年的智慧生发，使他的公司业绩爆炸式增长几十倍，仅用了两年就赚回过去20年的钱。

现今，他潜心立足于教育培训领域，并将20年的企业经营管理实战经验与10年潜心学习研究NLP神经语言程序学相结合，形成了自己独特的课程体系，并且应用到自己企业经营管理当中，让自己实现身心解放，企业业绩暴涨，员工自动自发。

除此之外，他还在训练过程中使企业家在快乐的学习氛围中领悟新的思考模式，掌握全新的理念及技巧，让企业家得到智慧的生发、大脑的升级和自身的改变，从而促进企业更快速、更稳健地发展。在企业得到发展的同时，也能够促进家庭氛围的和谐，真正实现幸福快乐、财务自由的人生。

正所谓：春蚕到死丝方尽，蜡炬成灰泪始干。教育，是一份高尚的事业，是民族振兴和社会进步的基石，更是一个国家的立国之本。正因如此，他知道自己肩上的担子，左边承载着责任，右边承载着使命。未来，他还要不断地充实自己、教诲他人，让更多的人领悟NLP神经语言程序学的智慧，在不断地改进中，塑造更好的自己，迎接更美好的人生！

序言

狄更斯曾说：“这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代。”这句话放到现今仍然适用。在这个“大众创业、万众创新”的环境中，无数个中小企业崛地而起，它让我们感受到了中小企业家的奋进，然而在这些“奋勇争先”的背后，却潜在着各种危机。国内的中小企业家只想着一心向前冲，去实现心中伟大的梦想，却总是忽略了现实的状况。

忽略生存，只谈发展。这八个字已经成了国内中小企业家身上不可忽视的弊端。无论是什么行业，前期都必然要保证稳定盈利，确保自己在激烈的市场竞争中得以生存，才能一步步稳住脚跟，去开拓更大的市场，做更大的事业。很多中小企业都死在前端，就是因为没有把握好“生存”的核心。

我们眼中的市场其实就像一块巨大的蛋糕，但不是每一个企业家都能够分得一口，它需要你具备一定的智慧和能力，直白点说，也就是企业整体的行销力。一个企业有了人才，有了技术，有了设备，有了产品，有了营销，如果不能最终把产品卖出去，

那么前期的一切工作都将化为零。

创办企业，最本质的目的就是赚取利润，而赚取利润最基本的方式就是把企业所经营的产品销售出去，在这个环节中，企业家对于行销策略的系统性思维将起到至关重要的作用。

如何通过有效途径去捕捉客户的爽点、痒点和痛点，进而为自己企业的产品而买单，是每一位企业家必须思考的事情，它是你解决盈利问题的根本途径。

本书通过融合NLP智慧，分别从赚取利润、商业模式、产品策略、玩转资本、解码人性、广告营销、优化人才等八大方面入手，向读者展示了系统性的行销观念和策略，让他们能够充分打开自己的行销思维路径，并且运用这些行销思维路径，找到企业的长青立足之地，并且做大做强！

自序

继《NLP总裁智慧系统觉醒力》之后，书系中的第二本书《NLP总裁智慧系统行销力》也要和广大读者正式见面了，这是一件让我无比兴奋的事情。为了这本书能够顺利撰写，直至出版，我筹备了近一年的时间，在不断地和各行各业中小企业家沟通的过程中，我发现：很多中小企业家的格局和营销思维并不是很开阔。这导致他们对市场变化的敏锐度总是很低，对市场进展的判断总是不断失灵，进而影响了企业的发展。

在这个瞬息万变的时代里，把握市场先机已经是每一位企业家必备的能力之一。因为稍不小心，我们不但不能够享受到互联网时代所赠与的契机，还很可能被互联网的浪潮给淹没，成为其他竞争对手的“垫脚石”。时代很先进，给我们很多搭顺风车的红利；时代很残忍，让我们瞬间就万劫不复。

从2015年的O2O概念的兴盛，到2016年的人工智能概念的传播，再到2017年的共享经济概念火爆全球，再到现今区块链概念成为大家议论的热题，几乎每一年里，商界都在更新着一些火热

的商业理念，甚至国家政策开始随着人民群众的需求动向不断进行转变，如果我们不能够乘上这股“东风”，那么势必就要落于人后。

想要真正在某一领域中独树一帜，我们必须要与时代为伍，必须要不断地跟随国家动向、市场动向去拓展自己的行销思维和策略，让自己的企业用最小的代价，去获得最优秀的资源，从而促进产品的销售，扩大人才的增进，以及推动企业的发展。而要做到这一点，前提必须先打通企业家的“任督二脉”，让他们成为一位行销专家。

《NLP总裁智慧系统》是我精心打造的一系列精品课程，创建这套课程的最终目的是希望每一位企业家都能够在系统的学习中，不断超越自己的思想，不断提升自己的格局，最终实现平衡式发展的成功人生。希望这本《NLP总裁智慧系统行销力》中的方法和策略能够帮助各位中小企家更快地成长，真正实现“身心解放、业绩倍增”！

目 录

第一章 赚取利润：钱都是“计算”出来的

企业所获得的每一分利润，其实都是精心“计算出来的”，从把控成本与支出两大维度来考虑，细察经营和发展过程中的每一个环节，才能够真正做到不浪费每一分钱，并且用最为恰当的方法与策略，为企业实现更多的创收！

1. 掌控利润核心，提升收入控制成本 / 3
2. 增加附加价值，不要降低价格 / 6
3. 清理库存，别让产品“死”在仓库里 / 9
4. 按等级服务：20%的客户带来80%的利润 / 12
5. 开发大客户，赚大钱比赚小钱容易 / 15
6. 坐销变行销，走出去才能引进来 / 18
7. 降低人员费用，确定绩效考核标准 / 22
8. 目标精准，学会聚焦高利润产品 / 25
9. 不断开发供应商，有选择就有话语权 / 28
10. 清应收，把欠款“追”回来 / 31
11. 加项目，让老客户永远围着你转 / 34

第二章 商业模式：规划企业未来发展版图

在如今这变幻莫测的时代中，最成功的企业家往往不是最聪明的、也不是最勤奋的，而是最懂得运用商业模式的。创造并设计一个好的商业模式，能够为企业打造出核心的竞争优势，实现公司的可持续发展。因此，一个智慧的企业家必须要为自己的企业打造一套落地、可行的最佳商业模式。

1. 企业顶层设计：定位定天下 / 41
2. 在模仿中创新，找到适合自己的路 / 44
3. 打造最强动力，不可忽视的企业DNA / 47
4. 顺势而为：善于把握时空角的变化 / 51
5. 借大平台之势，实现快速飞跃 / 54
6. 互联网+的时代，不能只走传统模式 / 58
7. 培训员工，人才成长促企业快速发展 / 61
8. 抱团成长的时代，决不能单枪匹马 / 64
9. 学会耐心“扎根”，先求生存再谈发展 / 67
10. 想在商战中胜出，学习竞争对手必不可少 / 70
11. 圈道模式，打造消费圈 / 73

第三章 产品策略：打响进军市场第一枪

任何产品都是以产品本身为消费者提供服务的。如今的时代，一切营销的手段及方法，都只是提供了一个让产品到达消费者手中的渠道，而产品本身，才是消费者最初的希望，只有把握好产品的格局，才能壮大企业的格局。产品是一家企业的开端，拥有一个伟大的产品，就是拥有了一个最好的营销。

1. 起名学问，好名字是成功的一半 / 79

2. 饥饿营销，只要会玩就会赚 / 82
3. 避免同质化竞争，打造差异化产品 / 85
4. 打造唯一性产品，你就是行业标杆 / 88
5. 打造独家品牌，提高产品自身影响力 / 92
6. 利用产品互补性，促进销售 / 95
7. 独家定制，尊重消费者的个性选择 / 98
8. 抛出诱饵，先解决客户体验问题 / 101
9. 不断创新，留住消费者的新鲜感 / 104
10. 分化模式，巧妙开创一片蓝海 / 107
11. 捆绑销售，强强联合创双赢 / 110

第四章 玩转资本：从根本上解决钱的问题

企业经营最本质的目的就是：赚钱！因此，一家企业必须确保足够的资金运转。当企业的现金流无法支持自身运作的时候，就基本成了无源之水，无根之木，即便外表看起来具备优势，但其实已经成为“空中楼阁”，长此以往，结果无异于“自杀”。

1. 寻找股东，干大事少不了友盟军 / 117
2. 绑定会员，钱在哪里客户心在哪里 / 120
3. 寻找天使投资，获得更多支持力 / 123
4. 招揽同行，使用资源“拿来主义” / 126
5. 增加造血功能，打造企业的免费资金池 / 129
6. 招收代理，实现区域渠道“全面开花” / 132
7. 出色员工的背后，是有形的利润 / 135
8. 外包业务，实现灵活动态配置 / 138

- 9. 思维转一转，先收货品再付费 / 141
- 10. 整合资源，下寻分支为企业揽客 / 144
- 11. 潜在客户预售，先收钱再出货 / 146

第五章 解码人性：永远不缺客户的秘密

既然企业是在为客户而服务，那么就一定要：想客户之所想、急客户之所急！只有通过“解码人性”的方法和策略，充分了解客户内心的想法，利用客户特有的消费心理，才能真正把握好市场的命脉，达成源源不断地成交！

- 1. 像对待新客户一样，对待你的老客户 / 151
- 2. 勇闯商海，别忽视消费者的参与感 / 154
- 3. 引领客户思维，你就占据主动 / 157
- 4. 占不占便宜不重要，感觉占便宜才重要 / 160
- 5. 勾起好奇心，销售就成功一半 / 163
- 6. 调动老客户积极性，增加转介绍 / 166
- 7. 价值到位，就有人愿意主动买单 / 169
- 8. 贴心服务，最能留住客户的心 / 172
- 9. 口碑营销：一种不可忽视的力量 / 175
- 10. 巧借名人效应，帮助自己成交 / 179
- 11. 运用“黑白配”策略，助你顺利成交 / 182

第六章 广告营销：让消费者与你产生链接

有句话说得好：无广告，不营销。如今这个时代，是一个信息爆炸的时代，也是一个广告横行的时代！没有一个企业，不去为自身的产品而做广告。只有把广告做对了、做好了，才能帮助自己的企业和消费者产生正确的链接，从而扩大自己的产品市场以及提高企业的交易额。

1. 赠送促销券，实现线上精准引流 / 189
2. 举办新闻发布会，利用媒体一炮打响 / 191
3. 开办展览会，邀约准客户 / 194
4. 氛围营销：一个最“有感觉”的广告 / 196
5. 异业合作，达成战略联盟 / 199
6. 新媒体推广，适当与大咖进行合作 / 201
7. 免费策略，占有终端者就是赢家 / 203
8. 大数据时代，快速获取准客户清单 / 206
9. 举办研讨会，提高消费者的认知 / 208
10. 广告迎合时空角，消费者才会买账 / 211
11. 投放广告要精准，贪图便宜没有效果 / 213

第七章 优化人才：得一将才者得天下

在如今这个竞争激烈的时代中，人才可以说是企业发展最重要的一环，想把企业做大，就必须重视人才。如果修长城，人才就是基石；如果建大厦，人才就是栋梁；如果搞企业，人才就是成功的保证。无论干什么事业，拥有足够多的人才，才是成功的保障。

1. 打造标杆，给员工树立榜样 / 219

2. 想提高业绩，就别把销售员“喂太饱” / 222
3. 好人才别错过，大胆引进来 / 225
4. 目标导向，以员工能力为标准 / 228
5. 奖励要及时，不要让员工等到心凉 / 231
6. 永远要留“备胎”，避免业务受损 / 234
7. 对“刺头员工”，必要时要下狠手 / 237
8. 学会信任员工：用人不疑，疑人不用 / 240
9. 调动优秀资源，让客户变成业务员 / 243
10. 化繁为简，用人贵在精而不滥 / 246
11. 离职感恩，杜绝坏话传染源 / 249

第一章

赚取利润： 钱都是“计算”出来的

企业所获得的每一分利润，其实都是精心“计算出来的”，从把控成本与支出两大维度来考虑，细察经营和发展过程中的每一个环节，才能够真正做到不浪费每一分钱，并且用最为恰当的方法与策略，为企业实现更多的创收！

——NLP卓越商业导师 苏学锋



