

张晓岚◎著



营销诡道

——成长型企业市场销售谋略实录



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



张晓岚 © 著



营销诡道

——成长型企业市场销售谋略实录

電子工業出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

营销诡道：成长型企业市场销售谋略实录 / 张晓岚著. —北京：电子工业出版社，2017.6
ISBN 978-7-121-30588-7

I. ①营… II. ①张… III. ①企业管理—市场营销—研究—中国 IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 297892 号

责任编辑：刘淑敏

印 刷：中国电影出版社印刷厂

装 订：三河市华成印务有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1000 1/16 印张：9.75 字数：130 千字

版 次：2017 年 6 月第 1 版

印 次：2017 年 6 月第 1 次印刷

定 价：49.80 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：（010）88254199，sjb@phei.com.cn。

推荐序

晓岚老师的《营销诡道》即将付印，欣闻之余，回顾与总结这套以“低成本、快营销”为核心要义的“奇胜营销”系统理论，实质上摸索出了适合广大成长型企业在当今“乱市”生存、壮大和发展的不二法门。

诚如本书副标题所言，“营销诡道”致力于构建广大成长型企业的市场销售谋略。要构建这样的谋略，就必须掌握两个重要前提和一套全过程的理论和方法。

奇胜营销思维的第一个重要前提，就是立足于当今市场经济的基本特征——乱市。

乱市最突出、最集中的表现，套用马云的话来说，便是“这是一个抢钱的时代”。在这样一个同行竞争早已白热化、跨界“打劫”四处横行的市场之中，如果企业不具备一种出奇制胜的理念，在战略上出奇、促销上出奇、价格上出奇、产品上出奇、通路上出奇，每个信息的接触点上都步步出奇，是很难避免被淘汰之厄运的。也只有这样，企业才能具有全方位的营销竞争力，从而一步一个脚印，扎扎实实地“集小胜为大胜”。

奇胜营销思维的第二个重要前提，则是成本红利时代的远离。

不可否认，中国改革开放 30 多年来，国民经济逐步走向了强盛与富裕，今天的中国已经成为世界第二大经济体。而这一切的背后，都蕴含着中国成本优势这一大前提。也正是这一成本红利时代，奠定了我们今天坚实的经济基础。

但是，随着中国社会经济形势的变迁，10 年后的今天，我们不仅没有走出成本居高不下的阴霾，更面临着新的挑战 and 危机：资金外流、制造业不振、房地产业下滑、外资撤离……

这些挑战和危机让我们不得不反思，在成本红利时代逐渐远离的形势下，对于中国企业尤其是广大成长型企业来说，如何在乱市中摸索出一条低成本营销之路呢？

奇胜营销，就是立足于这两大前提而构建的一套全过程的系统理论和落地方法。

既然当今市场是一个不折不扣的乱市，那么我们的市场营销就应具备战争的思维。纵观古今中外的战争思维，最具智慧的无疑就是《孙子兵法》的“凡战，必以奇胜”。而取法于“兵者，诡道也”的“营销诡道”，实质就是在企业在经营管理的全过程之中，学会低成本、快营销的出奇制胜。

具体地说，企业首先要明确自己的对手、找到自己的敌人；在此之后，便是根据敌我力量的对比，明确进攻战、防御战、游击战和侧翼战的四大战略和战术，并且运用五“独”俱全的标准，打造七大武器（引爆点，建理论，争第一，取名字，找理由，编故事，拜图腾）来全副武装自己，最后通过公关、媒体、广告和促销的四轮驱动，全方位、全过程、全体系地在营销上出奇制胜。

市场销售谋略的构建，是每一家成长型企业任重而道远的事业。我们深信，具备了奇胜营销的思维，掌握了营销战争的战略、战术和武器，不论企业有多小，也不论问题有多大，都能生存和发展。希望有更多的企业家和管理者能从晓岚老师的《营销诡道》一书中获益，迎接成本红利时代远离所带来的机遇与挑战，真正实现企业发展的更大飞跃，实现基业长青！



行动教育集团董事长 李践

前言

张瑞敏说：“没有成功的企业，只有时代的企业。”

在最近的 30 多年间，中国企业用冲刺的速度，跨越了西方世界 300 年的工业化和商业化道路。但还没等中国企业喘口气，互联网时代已经牵引着世界飞奔，以前要间隔几十年、上百年才出现引发商业革命的突破性思想和技术，而今不用 10 年时间就会出现。当我们都还在津津乐道丰田、通用电气的经典管理时，IBM、英特尔、戴尔、甲骨文等已在开创新时代；但也仅仅 10 年左右的时间，谷歌、亚马逊、腾讯就引领了潮流。如今 Facebook、阿里巴巴、微信、苹果等风头正劲，但特斯拉、制造业 4.0、可穿戴设备等已经开拓新的创新空间。每一次大变革，都开创一个大时代。中国也与世界同步，一般两个月时间，就会出现新的商业热点。

李鸿章对他的那个时代曾感叹说，“中国遇到了数千年未有之强敌，中国处在 3 000 年未有之大变局”。此话放在今天，特别是针对今天中国的商业经济何尝不是如此！

对于即将开始创业，以及打算颠覆行业格局的人而言，这是最好的时代，抓住了时代就可能迅速崛起。然而，对于大多数已经进入了实质运作的公司而言，生存从未如当今这般窘迫过——不仅是经营环境的窘迫，也

是经营思想的窘迫。最核心的原因有三：一是信息技术前所未有地嵌入生活场景和工商业过程，展开了新的商业平台，形成了跨界竞争的新竞争形态；二是所有无技术壁垒的行业，几乎都进入了产能过剩阶段，传统的行业内竞争强度接近峰值；三是实业与金融关系撕裂，金融成为吞噬实业利润的黑洞，实业不断“失血”濒危，而虚拟经济由于获得不断的注资而大打免费牌。外部环境和行业变化如此之快，企业已经难以跟上热点、把握时代了。

这样的事情每天都在发生：你的业务领域不断闯入跨界而来的陌生人，如同破窗而入的“外星人”，直接宣称你的家宅就是他们的地盘，并开始接管工作。更令人心烦的是，以往有效的商业工具，在“外星人”面前丧失了所向披靡的魔力，而“外星人”的招数虽然充满花架子，其中的某些招数却直击要害。即使你还在战场上，“外星人”已经骄傲地宣布他们已经胜券在握，以不断混淆视听。糟糕的事情不止一件，更清楚底细的同行发动偷袭，打击你的商誉，挖走你的骨干，抄袭你的创意，挤占你的渠道，以更有诱惑力的利益和许诺在终端劫夺客户。两线作战前所未有地消耗着企业的资源基础和利润空间。如果同时伴有资金短缺，融资成本的高涨将加快企业“失血”，债务规模迅速逼近企业可变现的资产总额，财务支出贪婪地吞噬企业利润，纵然可以维持现金流，也难以看到凭现有业务稳步扭转困局的前景。

这就是中国企业面对的“新常态”，也是全球经济的“新常态”。在宏观层面，中国 GDP 前 30 年 10% 以上的增速，带动了很多企业以相应的速度增长，企业习惯把事情从小做大、从大做强，而今宏观经济增速下降，增长要靠从无到有的创新来拉动。在微观层面，传统商业赚钱的“信息不对称”、“产品”和“渠道”三大基础已被瓦解。以前，客户掌握的信息有

限，企业可以通过“买的没有卖的精”来赚钱，而现在资讯极其丰富，客户不只是货比三家，而是货比百家，企业的利润空间不断萎缩；以前是产品不足，现在是产品过剩，不论是采用非标准原料还是逃税，行业内总有把价格降到“没有节操”的招数，把行业拉入赤裸裸的价格战；以前，企业可以排他性使用渠道，或者离客户更近，而今电商网页替代了货架陈列，全球物流和快递网络以无需库存、高度裁剪中间环节的成本优势，直接打破了渠道神话，传统渠道只有在加价程度低于同类产品快递成本的情况下，或是及时性、方便性超过快递的时候，才有实际价值。

总体而言，过去 30 多年是规则被不断颠覆的“营销乱市”，而增加了互联网、经济中低速增长等因素的“新常态”，就是过去 30 多年“营销乱市”竞争形态的升级版。企业所面对的竞争已经从行业内竞争演变为跨界竞争，从区域竞争转变为全球竞争，从追求均衡的竞争转变为强化非均衡的竞争，所谓“全面”和“完美”成为易碎品。“新常态”是一个更具有财富聚散效应的“营销乱市”。

那么，企业能否在“营销乱市”和“新常态”中生存下去，能否在转化越来越快的时代中发展起来？

我们的答案是肯定的。把握了“营销乱市”的本质，领会了营销战争的精神实质，不论企业多么小、处境多么难，都能生存、发展。

“新常态”是过往的延续和质变。绝大多数中国企业早已认识到：基于行业相对封闭、相对静态环境而提出的 4P、4C、五力模型等工具和策略，是学院派的学术化概括，是实力雄厚、以行业基础建设者自居、追求全面能力均衡和绝对行业统治地位的大公司的理想模型。与世界 500 强相比，中国的绝大多数企业都是中小企业，面对各种看得见或看不见的对手，面对已经称霸行业的巨头和不断进入的草根企业，只能是手头有什么武器就

用什么，什么管用就用什么，战略与战术高度统一，不论哪一个“P”、哪一个“C”、哪一种“力”有相对优势，就要把这个优势用足、用透，先活下来，先把自己的竞争能力做强，坚持下去天地自然就开阔了。

从宏观的角度看，过往的30多年，中国众多企业在竞争中的实践不但创造性地运用了中国传统的商业智慧，也创造性地发挥了欧美日大公司和MBA教育的商业思维和工具。可以说，中国企业界是“营销乱市”的主要造成者和得利者，通过秩序破坏、规则破坏和格局破坏，大量的草根企业蓬勃成长起来，掀起了席卷全球的“中国制造”和“中国商人”大潮。这种破坏既是创新又是毒药——它在宏观层面极大地激发了企业的效率，不断掀起新的商业热点，带动中国的越来越多的产业称霸全球，树立起了方法论的自信；但与此同时，在微观层面上也导致了方法论的贫乏，模仿、拼价格、渠道，一般就是这么几招。另外，作为破坏者的组织惯性和思维方式也严重地制约企业和行业建立起长期稳定的利润基础，太多的企业难以准确把握从“游击战”向“正规战”转化的关键，把前期辛辛苦苦积累起来的资源在“正规战”中迅速耗尽，不得已又退回去当“山大王”。

新常态已到来，这是企业必须过的生死门槛。传统行业因生产力和从业者过剩而竞争更加激烈；跨界整合的价值链重组更加迅捷；市场细分和品类继续细分不断消解企业原有的市场基础；金融工具的介入既能使少数企业一飞冲天，也会让更多企业坠入债务和控制权争夺的深渊。新常态强化了这样的趋势：原有的已经越来越不牢靠，只有不断拓展才能生存。相较以往，企业只有以“全面战争”的心态和状态投入，才能获得生存发展的机会。

“奇胜营销”是一套融战略和战术于一体的全过程竞争武器库。它基于企业面对残酷竞争的事实，直指当下商业领域的核心矛盾，以中国战争

思想为基础，系统总结国内外企业竞争规律和竞争方略，形成简洁实用的方法论，如同截拳道一般因敌而动，招招制敌，务求实效，统筹局部与全局，低成本快营销，以弱击强，以小博大，集小胜为大胜直至决胜，整体提升企业的市场竞争力，是营销战略战术的新发展。中国企业应对“新常态”，“奇胜营销”不可或缺。



《营销诡道》联合发起人

郑威龙

兰州时光实业集团有限公司董事长。
甘肃省委宣传部文化体制改革试点——兰州时光影视传媒
有限公司创始人，陕西省国家文化产业示范基地及月中心
的负责人，西安曲江文化产业投资运营，中国城市品牌行
业领军人物。



《营销诡道》联合发起人

赵清秀

南京瑞峰坊布艺品牌创始人，执善于对美的追求，
精研于家居设计，通过代理国际优秀软装品牌公司
的模式，成为南京软装行业中的佼佼者。



《营销诡道》联合发起人

雷龙丽

贵阳普普特色婚纱摄影连锁董事长，全国直营六
家摄影店，两家婚庆公司，一家美肤商学院，三
家儿童摄影，贵阳最大化妆团队。



《营销诡道》联合发起人

潘文成

名之成美业集团董事长
云南省美容美发协会副会长
中国教导师企业十大践行企业家



《营销诡道》联合发起人

王百山（善者）

福建康可网络科技股份有限公司，厦门美视电子商务有
限公司董事长
20年从业销售管理经验
本色版互联网推广
中国首家致力于本色版市场化的企业创始人



《营销诡道》联合发起人

张志红

南京华航商务服务有限公司董事长



《营销诡道》联合发起人

孟俊同

同德集团董事长，2007年创立了辽宁同德集团设
计有限公司，凭借敏锐不断的洞察力和科学管理，使
同德集团已成为行业内的先锋。



《营销诡道》联合发起人

邓承强

拓天装饰品牌创始人，中国装饰界最具
价值力的魅力小生，中国装饰界最具创
新力的CEO。



《营销诡道》联合发起人

胡群山

陕西省标识协会副会长，西安市万商广
告装饰有限责任公司董事长，三晋晋大
早教创始人。



《营销诡道》联合发起人

刘郝元皓

上海皓牌信息技术有限公司总经理 带你颠覆带
你飞跃创始人，法籍在校留学生，法国皮卡第
大学导师



《营销诡道》联合发起人

邹运义

武汉宏丰建筑防水装饰工程有限公司董事长，
湖北洪源防水科技有限公司董事长，建筑
防水专家，专注建筑防水三十年。



《营销诡道》联合发起人

文高永权

海南众益文化传媒股份有限公司董事长
97年加入传媒，于海南、湖南等地营销广告行
业20年，8年带领众益企业文化传媒成功上市，
打造“黑野马”文化品牌，独立品牌标杆！



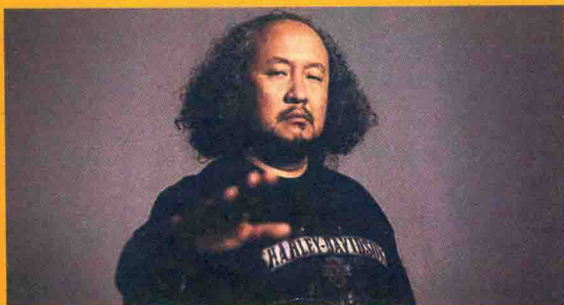
还有更多发起人在陆续加入中，感谢所有联合发起人！我们一起推动更多伟大品牌走向世界！



张晓岚营销策划中心

ZHANG XIAOLAN STUDIO MARKETING MANAGEMENT

[广州—上海—昆明—海南]



张晓岚营销策划中心，致力于营销策划、广告创意、影视广告创作等全过程营销策划推广服务，在广州、上海、海南、昆明四地拥有连锁机构。公司创始人张晓岚先生是中国资深的广告人、中国十大影视广告导演、中国十大策划人、中国著名营销战略家。张晓岚先生总结了几十年的营销实战经验，创造了全新的“奇胜营销大同盟”和“奇胜营销全过程”两大有别于传统营销策划模式的革命性营销策划体系。每年近百家企业的深入走访研究，深度培训、观念融合、跨界探讨、实战演练，让无数企业或品牌诞生和升华。公司成立至今先后得到中国银行、中国移动、云南白药集团、红河红云集团、盘龙云海制药集团、广东生命一号、上海万科地产、北京世纪金源地产、上海中粮地产，上海汤臣一品地产项目，广州方圆地产等全国各地优秀客户的认可与合作，并相继获得过中国广告节金奖、国际影视大奖赛十大广告奖、美国艾菲营销奖、中国元素奖等多项广告营销界的荣誉。

张晓岚营销策划中心企业精神文化

我们的愿景：成为世界最具销售力的营销创意智库

我们的使命：通过全过程奇胜营销教练模式，让千家成长型企业快速发展为行业巨擘

我们的精神：敬天爱人、行知无疆、创意归真、明辨笃行

我们的核心价值观：

客户服务价值：发扬专业精神，为客户提供101%超值服务

个人成长价值：健美、喜悦、进步、富足

团队价值：和有情有义的人一起奋斗有意义的事



张晓岚营销策划中心

ZHANG XIAOLAN STUDIO MARKETING MANAGEMENT

【广州—上海—昆明—海南】

加入我们

你总是在无休止的比稿和改稿中疲于奔命？我们却从不比稿，并带领客户一起策划一锤定音。

你有满脑子创意和丰富经验却苦无展现平台？我们有企业大同盟让你随时站上讲台尽情发挥。

你很努力地工作却无法获得他人尊重？我们却被众多企业家尊称为老师。

你想扩大你的圈子人脉却找不到突破？我们早已经与各行各业的精英跨界学习。

你的工作总是单一沉闷毫无朝气？我们却以游遍全国工厂为乐，吃各地美食交各方友人。

你没有成长和培训的机会？我们这里没有差别待遇，你能时刻享受着与企业家同等待遇的专业培训。

你觉得自己专业不精无法成为行业专家？我们有企业全过程营销策划，可以让你深入探索每个行业不为人知的奥秘。

.....

想了解更多请搜索微信公众号：张晓岚营销策划中心

备注：请将个人简历发至1462333605@qq.com，本公司将根据具体情况电话联系。

因为我们正在走向世界

我们坚信我们的客户都能走向世界

正如我们自己也能走向成功

我们相信我们的客户都能成功

同时也浪费他自己的金钱

败坏我们的名声

否则只会浪费我们的时间

我们只服务胸怀大志的客户

而在于胸怀

客户的大小不在于实力

[为中国品牌畅销世界而奋斗]

如何订阅：

扫描右侧二维码→通讯录添加→

查找公共账号：**张晓岚营销策划中心**

或搜索微信号：**vxzhangxiaolan1967**

如何分享：

点击右上角→分享到朋友圈或推荐给朋友



企业不学习必灭亡 唯学习方永生

认准好书互联 本本实效畅销

封面	书名	内容简介	扫码购买
	《以负开始》	“互联网+”时代，传统行业必须重构“杀手级”商业模式，在负环境下动力再启。本书是李践与1220位企业家“互联网+平台”战略实践的总结，帮助传统企业找到转型升级的路径！	
	《效率改变中国》	本书揭示了“效率”秘密——“效率两翼图”，让企业找到突破增长瓶颈的路径，全书十大原创观点和七大思维模型，为企业导入效率DNA，建立效率系统。	
	《傻认真》	认真的极致是执着，执着的极致是成功。“傻认真”不仅是一种职业精神、一种品质，更是一个伟大企业的基因。	
	《效率教练》	在互联网经济时代，效率成为制约成败的关键因素。管理者需要掌握教练技术，成为效率教练。本书包含了五项管理效率系统的实践方法，为企业培育高水准的效率教练。	
	《高绩效人士的五项管理》	图文并茂，通俗易懂，教你如何会做人、做对事，是职场人士的基本能力书。	
	《28天绩效能力倍增》	本书是五项管理的实践手册，以随书教练的方式，用最简洁的语言，最轻松的图文，带领你度过不一样的28天，让你具备成功人士的基本能力。	
	《招才选将》	企业成功的第一步是选对人，选对人才才能出成果。选什么样的人、如何选人是企业老板和人力资源部门面对的首要问题。	
	《砍掉成本》 白金版	用战士的语言讲述战斗，简单直接、句句实用，增加利润从降低成本开始。	
	《定价定天下》 升级版	高成本时代，谁掌握定价策略，谁将获得最大利润！	

企业不学习必灭亡 唯学习方永生

认准好书互联 本本实效畅销

封面	书名	内容简介	扫码购买
	《管理越简单越有效》	图文并茂，为企业和管理者们提供了一系列化繁为简的方法和工具，教你如何理解简单、做到简单。	
	《解码转型》	引领企业商业模式升级三大路径、互联网+ 创新和转型，企业竞争四大层级，转型方法论及实操案例，适合高管读书会。	
	《营销诡道》	成长型企业市场销售谋略实录，全过程，低成本，快营销，出奇制胜营销系统建立，七大武器客户是操作案例适合全员读书会。	
	《日经营》	增长的终极密码，组织变革的精髓日经营三步曲及落地方法，适合全员读书会。	
	《财务三驾马车》	一眼看穿运营风险3大关键数字，一针见血作对决策10大核心工具，一劳永逸轻松管理，通过财务管控提升企业盈利能力，资产效率，降低经营风险，适合高管读书会。	
	《成交攻略口袋书》	找对客户，接触客户，感动客户，成交客户，服务客户 适合销售全员学习。	
	《绩效增长》	增利润，挖潜能，建系统，向绩效管理要利润的中国实践 适合高管读书会。	
	《绝不销售》	来自一线，真诚务实分享方法，想销售屡遭拒绝，想成交一无所获，客户到底想要什么，答案就在书中，适合销售全员学习。	
	《一句话改变一生口袋书》	态度决定胜负，思维改变命运，坚持成就梦想，挫折铸就成功，创新创造机会，适合全员学习。	