

经理人新知书架

MINI MARKETING

无本

营销

MINI MARKETING

——小企业生意经

[美]罗恩·金 (Ron King) 著
胡茜 江浩诚 赵玉 唐棣 译



中国劳动社会保障出版社

经理人新知书架

MINI MARKETING

无本

营销

MINI MARKETING —— 小企业生意经

[美]罗恩·金 (Ron King) 著
胡茜 江浩诚 赵玉 唐揀 译

F713.50

J11

 中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

无本营销——小企业生意经/(美)金著;胡茜,江浩诚,赵玉,唐棣译. —北京:中国劳动社会保障出版社,2005

经理人新知书架

书名原文:Mini - Marketing

ISBN 7 - 5045 - 4901 - 0

I. 无… II. ①金… ②胡… ③江… ④赵… ⑤唐… III. 市场营销学 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 139074 号

© 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002 by Ron King.

First published in the United States of America in 2002 by Pelican Publishing Company, Inc.

Chinese Simplified Characters edition licensed to China Labor & Social Security Publishing House for sale in P. R. China.

北京市版权局著作权合同登记号:图字 01 - 2004 - 6633

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码:100029)

出版人:张梦欣

*

北京北苑印刷有限责任公司印刷、装订 新华书店经销

787 毫米×960 毫米 16 开本 11.5 印张 179 千字

2005 年 5 月第 1 版 2005 年 5 月第 1 次印刷

印数:4000 册

定价:23.00 元

读者服务部电话:010 - 64929211

发行部电话:010 - 64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话:010 - 64911344

谨以此书献给我的妻子格丽，没有她，我的生活将是一片空白；
还有我的儿子伊桑，他的敏锐和鼓励让我对一切都充满希望；
以及我的父母，他们的智慧和力量使我有勇气去完成每一件我想做的事……

来自读者的声音

“绝对出色！通俗易懂！它让我对市场营销产生了兴趣！”

——佩戈·霍兹，Pegassus 少儿音乐乐团

“绝佳的好书！我为选修市场营销学的学生们订购了很多册！”

——唐娜·斯隆，市场营销学教师

“《无本营销》给我留下了非常深的印象，所以在斯科茨代尔举办的全国房地产协会会议上，我将这本书推荐给了所有参加培训班的同学。在将复杂的市场营销学通俗化方面，罗恩做得十分出色，他将一些基本概念诠释得通俗易懂，列举的营销计划简明实用，而且对客户服务做到了躬行己言。”

——里奇·林克梅尔，美国房地产学校股东/董事

“这本书不同于所有那些内容过于繁杂，使我望而生畏且不得要领的市场营销书籍。这本书有很多插图和有趣的练习题，令人兴趣盎然、顺畅地读下去；其中包含了对市场营销实质的深入理解、操作秘诀和一些不容忽视的重要事项，称得上是一本真正的宝典。在我很有限的营销学知识基础上，罗恩的书让我明白我现在正在做什么。这是一本非常富于教益的好书！我极力向所有新老企业业主们推荐它！”

——米歇尔·邓克力，CM 医院区域经理/市场代表

“《无本营销》一书为企业家们提供了创业的根基和实现梦想的翅膀。罗恩从未忽视他的顾客们的梦想，他以简单而又明确的信息，揭示了实现这些梦想的关键所在。这部佳作同时也在推销罗恩自己的梦想和实用的智慧，是他富于灵感和施教天赋的典型体现。读读这本书，并让一位有着自

已梦想并让梦想成真的企业家给你一些启示吧。”

——阿伦·克鲁，心理学家

“在我阅读这本《无本营销》之前，我自己的市场营销就像投飞镖：有时正中靶心，有时失去目标。而这本教会我有的放矢，事事都按既定的方针实施。我必须承认，我曾对作者提出的一些简单方案居然如此有效而感到惊诧不已。他在书中建议，要对客户做出一些姿态以表示特别的感激，我就试着给一位客户送去了一些小甜饼和面包圈。没想到从此以后，他们真的把所有的订单都给了我，而且成了我最大的客户！这本《无本营销》在我的书架上有它特殊的位置，我一直向别人推荐它！”

——安德鲁·韦斯，Above Discount 公司董事长

“收到您的大作，已拜读过半。内容清晰、简洁扼要而富于建设性！非常感谢！”

——鲍勃·格林伍德，Sun. Ergos 戏剧舞蹈公司

“你在不知不觉中转变了我的思维方式！现在我发现市场机会到处都是，而且懂得怎样利用这些机会！”

——W·坎宁安

学生们的读后感

“这是我在学校里读过的最酷的书!”

“以前读过的市场营销书都跟摄像机的使用手册一样，让人不得要领。这本书是个例外。我喜欢它言简意赅的文风。”

“我喜欢罗恩用突出的字体和大量的图表让重点一目了然。这本书比教科书更能吸引我，因为它用的是我能读懂的语言。”

“当我为校园商店策划营销计划时，我发现《无本营销》一书对我十分有帮助。它让我明白经营者在出售自己的商品时应该具备的知识。”

“去年我用的是一本老的市场营销教材，今年我们换成了《无本营销》。这本书非常通俗，外行都能读懂，即使是最糊涂的人都能看明白。”

“这本书非常易读，完全没有晦涩的语句，还可以直接在书上完成练习和作业。它能让你边看边练，轻松学习，快速理解。”

“这本书很容易让人读下去，而且还留出空间让你练习并参与其中。”

目 录

本书的独到之处和目的	(1)
引言	(7)
商业计划书大纲	(8)
业务的新视角	(15)
市场营销的快速入门法	(19)

第一部分 推销你的业务

市场营销是什么	(23)
29 个非常充分的理由	(28)
市场营销的目标	(30)
什么是市场营销计划	(31)
市场营销计划的形成过程	(32)
市场营销的不变法则	(34)
一个被称为“你”的品牌	(36)
什么让你与众不同	(39)
到底谁是你的客户	(44)
什么因素能使你的产品或服务独一无二	(47)
什么因素能使你所经营的业务独一无二	(55)
关系营销 (Relationship Marketing)	(58)
确定建立信任的要素	(60)
人们购买的究竟是什么	(62)
发现客户	(64)
增加对现有客户的销售的两个步骤	(70)

第二部分 市场营销计划

你的市场营销计划	(75)
潜在客户状况分析表	(79)

第三部分 无本营销方案

游击营销 (Guerilla Marketing)	(85)
无本营销方案之——态度篇	(91)
无本营销方案之——营销计划篇	(94)
无本营销方案之——形象篇	(97)
认识自身形象特征的四部曲	(98)
无本营销方案之——客户服务篇	(112)
无本营销方案之——推荐人篇	(117)
无本营销方案之——联络篇	(122)
无本营销方案之——公共关系/广告宣传篇	(123)
无本营销方案之——办公管理篇	(128)
无本营销方案之——电子商务篇	(130)
无本营销方案之——技术篇	(133)
无本营销方案之——经营篇	(136)
无本营销方案之——与时俱进篇	(140)

第四部分 完整的市场营销计划

完整的市场营销计划书	(146)
市场营销计划提纲	(159)
产品及服务之市场营销计划书	(162)

第五部分 接下来该做什么

接下来该做什么	(167)
参考书目	(169)
关于作者	(171)

本书的独到之处和目的

本书的独到之处

“本书帮助你把对生活 and 生意的知识转变成一个为你量身定制的市场营销计划。”

欢迎各位企业业主、学生、教师和专业人士，让我们一同踏上一段旅程。

在我所见过的所有有关市场营销的书籍中，这是唯一一本手把手地引导你，并通过展开一系列的练习、趣味讨论，逐渐教会你利用自己已经具备的经营常识（或许是关于你的公司的），策划出一个简单而成功的市场营销计划。这个计划将会简单有效而且十分合格！

这将是一段神奇的旅程。

而且相当轻松！

最棒的是，它充满了乐趣！

但最重要的是，这本书中所提出的理念会让你惊诧不已。我从未在其他地方见过类似的发现。所以你要知道，它将带给你超越竞争对手的巨大优势。从市场营销的观点看，简单来说，每一项业务都有两个部分需要单独进行市场营销，那就是产品和服务。当然，其余的各个方面也都十分重要。虽说你的接待室舒适与否与你的产品或服务的好坏没有什么关系，而你的名片设计得如何或者打电话的方式似乎也无伤大雅。但事实上，你所展示的这一切也许能成就你的生意，也许会毁了你的买卖。本书将教会你明辨其中的差别，还将教会你该如何去做。

市场营销不应该是复杂的，你不必非得通晓一大串的术语才能去进行这项工作。对于一些术语诸如“定位”“市场细分”“消费心理学”或者

“利基”等，可以肯定它们都会有各自的用武之地，但对于你的业务经营却显得不合时宜。我在书中尽量避免使用这类术语，因为这会使市场营销变得学术味过于浓重。依我看，那些惯用术语的人士似乎在等着你为他们的指点支付大价钱。

不过那种指点不是你现在所需要的——也许永远都不需要。这么说吧，假如市场营销是一门科学，需要每年投入上亿元，做各式各样的广告，组织营销，搞公关活动，推出色彩组合，再加上配音，就保证能攒出一个万无一失的拼凑组合而且屡试不爽，那么早就人人发财了。

可事实并不是这样的。

那么，如果市场营销不是科学，那它又是什么呢？如果说它并不复杂，又为什么这么说呢？理由是，根据几十年来所做的市场研究、调查和统计发现，市场营销意味着凭借最为持久而充满诚信的良好关系来打动人们购买你的产品或服务。

其中最易于理解的是，你的一生都置身于各种各样的关系网之中——家庭成员、朋友、同学、同事、贷款经办人、邻居、牙医、大夫、老师、商店老板、邮递员、速递员等，不胜枚举。所以，你可以发现其中的哪些关系是可以利用的，而哪些现在还用不上。

你一定知道，当你心平气和的时候，就能与别人和睦相处；当你和颜悦色的时候，就能跟别人很谈得来。你一定懂得何时应该保持自我、何时又该妥协让步。你也一定知道，与别人约会见面就餐时，应该找一个双方都中意的地方。

据此，可以放心地说，对于市场营销中最为关键的部分——人际关系，你已经相当精通了。

现在，你所要做的，就是学会如何把你的这种能力和技巧运用到你的生意中。我的这本工具书就是按照这个目标来设计的。它将帮助你把你生活中和工作中已经掌握的东西转化为帮助你建立关系的市场营销计划。这种转化对你自身和期待拓展的业务都十分有效。

下一步是什么

在开始第一部分之后，先后顺序并不明确。我会先往一个方向引导你，然后是另一个方向，之后再回到原点，这么做是为了从不同角度去理

解问题，是为了让你明白自己的角色、知道自己懂得了哪些、自己的生意究竟处于一个什么样的状态，以及自己正在朝着什么样的方向发展。

如果仔细读完书中的每句话，并且能够完成练习，你会对市场营销有一个基本的了解。第二部分是对一些不同类型的营销方案展开讨论。你可以通过完成练习，从中找到一些适合你的内容。在第三部分中，共有 125 条营销方案供你挑选，从中可以找到非常适合你的方案，使你只需花费很少的钱甚至无需投入，就可现成地拿来使用。

第三部分旨在帮助你向市场进行业务推广（诸如自身形象的运用、客户服务技巧、办公管理、推荐人资源以及口碑营销等等）。第四部分是一个综合性的大纲，指导你如何针对你特定的产品或服务进行市场营销。这个章节能够帮助你检查你原来的营销构想是否切实可行。

很显然，第二、三、四部分是紧密相连、密不可分的，在某种层面上是交叉重叠的。不过没问题！就像在生活中一样，市场营销中的每个方面也都是与其他各个方面相互关联的。在这方面的付出会在其他方面产生效果。你所要尝试的就是扩大这种影响效果，直至足以吸引人们的注意。

第五部分是：接下来该做什么？





本书的目的

作为本书的作者，我的目的就是要帮助你理解市场营销的基本概念、确认自己已经拥有的营销技巧和资源、掌握更多的技巧和简洁实用的手段，从而更具创意地思考如何对自己的服务或产品进行市场营销，以及如何在业务的各个方面发挥作用。

进一步说，如果我的书能帮你弄清其中的曲直缘由，并对实际运用充满信心，那么市场营销对你而言就将成为自然的习惯和本能，而不再是无奈和烦恼。

我建议你完成书中所有的练习作业，它们其实都不难，而且会起到如下立竿见影的作用：

1. 清除你头脑中固有的有关营销的错误观念，树立正确的观念，提高营销工作的成效。
2. 发掘出一些新的来源和素材，它们对营销工作的其他各个方面，诸如目标任务书、营销宣传材料、营销策略以及潜在客户的识别等，都将很有帮助。
3. 关注细节之后，你就会发现更多的生意机会。
4. 学会辨别业务营销与产品或服务营销之间的区别。

策划一个市场营销计划就如同策划一次旅行。你首先要收集资料、归纳整理、做出决定、决定行程和日程安排，然后才能开车上路。

策划一个市场营销计划也是如此。首先需



要收集潜在客户的资料：他们属于哪类人？在哪里？他们想什么？他们需要什么？看看你能够通过什么方式为他们提供帮助，满足他们的愿望和需求。经过归纳和总结，决定该如何去做，然后着手开始行动。

引言

首先，必须弄清的是市场营销策划是整个商业计划的一部分。如果你看过标准的商业计划书大纲（下文中将出现）之后，你就会发现，只有在你把商业计划书的各个部分都完成之后，其中的市场营销部分才可能是准确有效的。

假设你有意开设一家店铺，那么，这家商店所在的地区是否有足够的客源？他们能否接受你设定的价位？你能筹集到足够的资金来保证库存吗？他们需要的是哪类商品？你怎么确定他们会买呢？顾客在长假期间大部分都外出了，你的店铺能维持下去吗？假如你对会计账簿一窍不通，能请到专业会计吗？你能付得起工资吗？营业面积多大才合适？有车位吗？等等类似的问题。



商业计划包含所有这类问题。在你开始动手投入资金之前，让你把所有这些细节都一一考虑清楚。

相信我，在正式把资金投向生意之前，先做纸面上的筹划是划算的。

即使你已经经营着一桩生意，完成一份商业计划书也是最基本的要求，因为它能帮助你确立目标。例如，你需要赚到多少钱才能维持今年的开销（租赁费用、房屋场地的租金、人员工资、进货款等等）。

先来看下面这份典型的商业计划书的大纲。