

企业营销 101招

Andrew Griffiths

[澳] 安德鲁·格里菲斯 著

李嘉昭 译



军事谊文出版社

作者简介

安德鲁·格里菲斯(Andrew Griffiths),澳大利亚人,在北昆斯兰凯恩斯建立了《营销专业人士》公司。他知识渊博,富于激情,谈吐幽默,善于鼓励企业走向成功,是经验丰富的资深市场营销咨询专家。

他的第一本著作——《企业营销 101 招》,是根据他多年同小企业主打交道的实践经验写成的,目的在于为企业,特别是小企业的经营管理者提供咨询服务。本书内容丰富,实例生动,收集了大量非常实用而实际的信息,提出了许多有创意的营销建议和解决问题的方法,任何企业都可借鉴,并从中受益。

安德鲁·格里菲斯还经常举办各种短期培训研讨班,内容包括公共关系、企业质量控制、直接营销、市场调研、成功企业实践,等等。他讲课深入浅出、生动幽默、内容丰富实际,并能根据参加培训人员情况量体裁衣。有意请他为某一领域举办培训研讨班者,可以同《营销专业人士》公司联系。

联系地址如下: The Marketing Professionals
PO Box: 1170 Cairns QLD4870 Australia
电话: 07 - 4031 - 8888
传真: 07 - 4031 - 8088
电子邮件信箱: andrewgriffiths @ bigpond. com. au

目 录

第一部分 起 步

- 如何使用本书尽快取得效益 (3)
- 在你开始起步前你需要知道些什么 (4)
- 你需要用多少时间致力于营销 (5)
- 你需要做多少生意才能维持生存 (6)
- 为什么有所区别是重要的 (8)
- 你需要在营销上花多少钱 (9)
- 你是希望寻找新顾客还是保住老顾客 (12)
- 你有小企业“综合症”吗 (13)
- 什么是市场调研? 你需要吗 (14)
- 你应有何种宣传资料 (18)
- 开始促销以前你需要休息一些时间吗 (19)
- 你对竞争对手的企业知道多少 (21)
- 你在营销中曾有过失误的“经验”吗 (22)
- 什么是成功的企业 (24)
- 管理一个成功企业的十条重要秘诀 (25)

第二部分 你的企业与众不同吗

1. 从外到内地宣传你的企业 (29)
2. 将公司的信息写在公司的汽车上 (30)
3. 把账单变成销售工具 (32)
4. 甚至在你不在场时也要推销自己 (33)
5. 利用英特网介绍自己 (35)
6. 员工穿好的制服将给人留下好的印象 (37)
7. 充分发挥包装的作用 (38)
8. 不要低估业务名片的重要性 (39)
9. 你的公司名称是否使人难忘 (40)

第三部分 你是否对已有的顾客给予充分的重视

10. 寄送提醒注意的信息 (44)
11. 同顾客保持联系 (45)
12. 记住重要的日期 (46)
13. 请顾客推荐 (47)
14. 向为企业招来更多生意者说声谢谢 (49)
15. 什么是优惠计划?你能采用一种吗 (51)

第四部分 你如何拓展“口头”广告

16. 给媒体写新闻稿 (55)
17. 人人都爱胜利者 (57)
18. 给当地电台打电话 (58)

19. 请顾客对他的朋友谈谈你的企业……………(59)

第五部分 你愿意尝试一些不寻常的做法吗

20. 采用反常的计划……………(62)
21. 穿着鸡样服装的生活……………(63)
22. 享受“献计献策”的实惠……………(64)
23. 用可充气的玩具装饰公司……………(65)
24. 不要忘记旧型汽车保险杠上
的不干胶粘贴……………(66)
25. 用手持话筒、穿着滑稽的广播员
来吸引顾客……………(67)
26. 为竞选活动提供奖品……………(68)
27. 把你的公司登在《吉尼斯大全》上……………(71)
28. 利用当地“比萨饼”宣传企业……………(72)
29. 主持一项活动……………(73)
30. 从“局外人”的角度考虑企业的促销……………(74)
31. 从行业出版物中收集信息……………(78)
32. 着手建立一个营销观点资料箱……………(79)
33. 用移动广告牌沿街宣传企业信息……………(80)
34. 利用黑板来吸引注意力……………(81)

13

第六部分 你是否鼓励员工参与企业建设

35. “我能给你点什么帮助吗?”
——“谢谢,不用,我随便看看。”……………(84)

- 36. 你的员工会做销售吗(我指的是真正做销售,而不仅仅是执行命令)(86)
- 37. 征求员工和顾客对你的意见.....(88)
- 38. 根据员工实绩给予奖励.....(90)

第七部分 你是否让人们很容易买到你的东西

- 39. 代付电话费(94)
- 40. 给犹豫不决顾客的最佳礼物.....(96)
- 41. 不要让付款成为困难.....(97)
- 42. 让父母的生活轻松愉快
——迎合孩子们的心理(98)

第八部分 你的企业是否有精美且 不容置疑的宣传资料

- 43. 标题越显眼,反响就越大 (101)
- 44. 制作一份企业简介 (102)
- 45. 制作一份信息小册子提供给顾客 (104)
- 46. 时刻准备拿出企业简介 (105)
- 47. 从对你的产品感到满意的顾客那里取得
赞扬的证明材料 (106)
- 48. 着手编印企业自己的业务通讯 (107)
- 49. 聪明的宣传方法不用花多少钱 (109)
- 50. 如何让自己总是在你的顾客的
“鼻子”底下 (110)

第九部分 你是否希望把每天都做 广告的理念用于你的企业

- 51. 与其他企业合作,相互做宣传广告……………(113)
- 52. 充分利用《电话号码簿》来做广告……………(115)
- 53. 请出示门票……………(117)
- 54. 要使报纸上登的广告发挥作用……………(117)
- 55. 利用电影院播放广告……………(119)
- 56. 做廉价的电视商业广告是有效的……………(120)
- 57. 在公共汽车里外张贴广告……………(122)
- 58. 在高品质的电视、报纸和电台预定广告栏…(123)
- 59. 利用廉价的分类广告来推动企业的营销…(125)
- 60. 让供货商协助你做广告……………(125)
- 61. 加入大型会员组织……………(126)
- 62. 利用电台做广告是有效的……………(127)
- 63. 利用当地报纸做免费广告可以产生
很好的效果……………(129)
- 64. 让人人都能从超市拿到你的宣传材料…(130)
- 65. 如果你计划打折,就要打大一点……………(131)
- 66. 目标对准本地区的家庭是个极好的办法…(133)
- 67. 赞助快递人员,便可处处被人看见……………(133)
- 68. 用汽车尾部做广告……………(135)
- 69. 在报刊中夹寄宣传材料……………(136)

第十部分 你的企业有信誉吗

- 70. 提供 100% 退款的保证 (138)
- 71. 参加支持社区的组织 (140)
- 72. 不要低估顾客的智慧 (141)
- 73. 资助当地体育团队——花钱少,收效大... (142)
- 74. 从读报中寻找做慈善事业的机会 (143)

第十一部分 你是否愿意走出门去寻找生意

- 75. 尝试第一次往邮政信箱投放宣传资料 ... (146)
- 76. 利用当地商场宣传企业 (147)
- 77. 同左邻右舍聊天 (148)
- 78. 保证每天打十个电话 (149)
- 79. 常去找决策者做生意,而不是找他们的助手... (150)
- 80. 通过传真直接向其他企业出售产品 (150)
- 81. 售货后要打售后跟踪电话 (151)
- 82. 对销售业务作口头介绍的好处 (152)
- 83. 什么是“直接邮购”?你使用过吗..... (155)
- 84. 把企业的信息带到街上去 (156)
- 85. 把企业简介送给政府部门,请它广为寄送 ... (157)
- 86. 不要低估商贸展览会的价值 (158)
- 87. 同其他企业一起打包寄资料 (160)
- 88. 举办免费培训研讨会 (160)

第十二部分 你是否像顾客那样考虑问题呢

- 89. 利用接待室或接待大厅来推销你的服务……(163)
- 90. 经常保持一个高品位的橱窗来吸引
 顾客的兴趣 …………… (164)
- 91. 问问顾客对你的企业有些什么看法 ……… (165)
- 92. 提供免费送货会使企业有竞争优势 ……… (167)
- 93. 推出高质量的大甩卖 …………… (168)
- 94. 样品的威力 …………… (169)
- 95. 免费提供另一种意见 …………… (170)
- 96. 什么是“增值”?你能利用吗……………(171)
- 97. 用“购物送礼”,使交易更愉快……………(173)

第十三部分 你是否在尽可能多 的地方宣传你的企业

- 98. 让顾客随手拿到你的电话号码的一种
 简便方法 …………… (175)
- 99. 当地便民商店的威力 …………… (177)
- 100. 人们注意购物中心的布告牌……………(177)
- 101. 你下次去运动会时……………(179)

第十四部分 附录——另外 20 种 简单易行的促销方法

- 102. 人们期望并应该得到快速服务……………(182)

- 103. 制作一份专门用来发传真的企业简介 … (184)
- 104. 创建你自己的俱乐部 …… (185)
- 105. 人们愿同他们喜欢的人做生意 …… (187)
- 106. 迅速而公正地处理顾客的抱怨 …… (188)
- 107. 制作公司自己的录像带 …… (191)
- 108. 参加一次电脑出版课程培训 …… (193)
- 109. 制作宣传企业的录音磁带 …… (194)
- 110. 记住顾客的姓名 …… (195)
- 111. 为顾客举办“答谢”晚会 …… (196)
- 112. 对顾客情况作准确记载 …… (197)
- 113. 多数企业不跟踪销售线索 …… (198)
- 114. 用食品来吸引顾客 …… (200)
- 115. 给编辑写信 …… (203)
- 116. 安排业务网络午餐会 …… (204)
- 117. 坚持是有价值的 …… (205)
- 118. 邮件中放一点钱以引起注意 …… (207)
- 119. 在杂志上登广告 …… (208)
- 120. 你能否只多做一点努力就会增加收入 … (209)
- 121. 专业化 …… (212)

第一部分

起 步

人们通常由于种种原因而去创建或购买一家小型企业。有时是由于自己擅长于自己新选择的行业,并认为它能为自己创造更美好的生活,有时是想改变生活方式,有时则仅仅为了实现一个终生梦想。

由于公司各项费用(包括退休金、劳动福利等)的削减,或者由于其他方面的原因,使许多人在尚未作好实际准备以前就需面对退休的问题。他们有现金、有精力、有热情去开创他们自己的事业,然而碰到的问题是他们缺乏经营管理新的企业和赚钱的经验。

经营管理一个企业要求具备许多的技能,而开发这些技能是需要时间的。问题是你能有多少时间去开发这些技能?

人们经常提醒我们,许多小企业在开办的头几年就失败了。根据我的经验,这有两个主要的原因:一是由

于缺少开办资金,一是由于缺乏营销能力。他们经营企业一般非常努力,通常也有优质产品,并且常常为了使企业成功而全力以赴。然而,他们却不知道如何发现新买主或保留老买主。

那么,你到哪里去得到营销方面的建议呢?你可以聘用营销顾问,让他帮你制定专业的营销计划,给你提供许多能使你的企业更具有吸引力的方法和建议。这就是世界上千万个营销咨询人员,包括我自己,每人所做的事情。通常,我们的客户都是大企业,并且有聘请咨询专家的预算。

然而,绝大多数的企业都是只有一两个营销人员的小企业,他们的资金也十分有限,不可能提供聘请咨询专家的费用。他们的需求是十分迫切的,而他们的资源,包括时间和金钱却通常是有限的。

和大企业相反,这类小企业绝大多数只需要你给他们一个正确的指导,使他们的企业发生戏剧性的变化。基于这个需要,我决定写这本书。我的梦想是写出一本一目了然、浅显易读的手册,任何企业管理者都能随手拿来,并立即开始使用。我希望提供一系列经过试验和考验的简单的营销思路。这些思路必须是合乎逻辑的,易于实施的,又是支付得起的。

我所建议的思路和战略并不要求具备专门的技能,也不会花费你许多时间。营销管理人员都希望他们能马上行动,而不是制定一个十年计划。如果企业不红火,他

们希望立即为此做点什么。本书将为当今企业营销更为活跃提供一些机会。

营销思路对企业的成功是至关重要的，但我也相信，关键是还需要有一个正确的态度。我曾经有幸同许多非常成功的企业管理者一起工作，他们在管理企业上都有相似的态度和思想，我相信这就是使他们区别于那些常常似乎在苦苦奋斗的人。我的许多建议都是基于我对这些非常成功的企业家的观察。

如果本书所详细介绍的这些思路和建议能够帮助一个企业管理者摆脱困境并取得成功，我将是一个非常幸福的人。

如何使用本书尽快取得效益

大多数有关企业的书一章又一章地介绍各种复杂的资料、图表和费解的词句，在你能理解它并开始运用之前，必须努力阅读并且仔细思考。但这本书不是这样。如果你着急，想马上开始用它，你可以翻到 101 种营销方法的章节并立刻着手运用。选择你喜欢的观点，今天便开始做。

尽快取得效益的最好的办法，就是根据你用于营销的预算和时间，每周采用一个观点。如果这样，在一年之内，你便可以采用 50 个新的观点。每一个观点都会为你的企业增加更多收入。

如果你希望得到有关你采用的观点的更多的信息，

以及本书所讨论的简单营销观点背后的哲学,你可以参阅“在你开始起步前你需要知道些什么?”这一部分。在这一部分中,概述了经营企业背后的若干观点和哲学。

某些观点在全书中反复出现,这是因为它们非常重要,因此确实需要加以强调以便增加企业成功的机会,同时也是因为本书希望每一页都能给你提供实际的营销观点。有一些观点需要有一些小的背景来描述,所以不要把它看作重复,可把它看作是我的唠叨。

在你开始起步前你需要知道些什么

本书这一部分旨在给你一个营销任何企业的广泛概念。它将对许多曾提出的问题提供答案,并且以一种简而易懂的方式来提供答案。

将回答的问题和题目包括:

- * 你应当把多少时间用于营销;
- * 你应当把多少钱用于营销;
- * 为什么说了解你的顾客是重要的;
- * 你应该使用什么类型的宣传资料;
- * 保持激情的方法;
- * 经营一个成功企业的要诀。

我建议你在读《企业营销 101 招》后再来读这一部分。后面几页所包含的资料构成了我给我的所有的顾客提供营销建议的基础。毫无疑问,它将对建设一个成功

的企业提供帮助。

你需要用多少时间致力于营销

本书所推荐的营销观点,多数只需用 30 分钟来实施。需要问你自己的一个大问题则是你打算用多少时间来营销和宣传你的企业。也许你每月可用 30 分钟,或许你充满激情,每天可以花上 30 分钟。用多少时间并不重要,关键是你能通过努力,在正常的基础上使新观点得到实施。你需要的正常的基础意味着什么,则由你自己来判断。

你用于营销的时间必须是“保证质量”的时间。在百忙中挤一点时间来做营销是不好的,你有责任把它列入每天的工作日程中。我坚定地认为,企业营销工作应到企业外面去做,在一个没有干扰或不会分散精力的环境中去做。这样,你起码可以利用这段时间去计划企业的战略,然后在办公室去做具体实施工作。

很多企业主体会到,做企业营销如同做文字工作一样,不是你想不想做,而是必须去做。我们都知道,如不这样,将会发生什么。到会计年度结束时,你会羞怯地抱着满盒的收据给会计,会计会给你脸色看,你把盒子扔在会计办公桌上,跑出房门。几个月后,税收人员敲门来找你,提出一些“请作出解释”一类的问题,最后你将付给人家许多钱。

不把营销工作建立在有规律的基础上可能导致戏

剧化结局——企业破产。道理是简单的——你办事必须井井有条，从现实出发拿出一定的时间，使营销工作建立在有规律的基础上。

你需要做多少生意才能维持生存

这是任何营销活动或营销计划一开始就应考虑的问题，但不幸的是，一些小企业很少这样想。你应问自己一个问题：你真正需要做多大的生意？

提出这个问题的理由有二：一是给自己确定一个每日的目标。如果你不知道自己做多少生意就够了，则你将永远不会满足。另一个理由是要消除生意做得太多而带来的风险——太多的生意的确有风险。

现在，你要做的重要的事便是花几分钟时间精确计算一下，做多大的生意不亏本。要老老实实在地从现实出发进行计算，同时又要多估一些，而不要低估。你做的计算可以年、月、周或天为基础，但我更喜欢以月为基础，因为我们的顾客多数是按月支付的。

一旦你确切地知道了做多少生意不会亏本时，你就确切地知道了为维持生存每天必需做多少生意。

你需要决定的第二步则是你希望从做生意中获得多少利润，把这个数字同做生意维持生存的数字相加，便构成你做生意的目标数字。这才准确地告诉你到底需要做多少生意。

当你忽然清楚了为维持生存和取得利润各需做多