

邱義城 / 著

實戰智慧
叢書

119

鄭書慧主編

行銷36策

行銷新銳武器，不戰而屈人之兵

提
供
實
戰
經
驗
·
啓
發



慧

實戰智慧叢書 ⑪⑨

行銷36策

行銷新銳武器，不戰而屈人之兵

邱義城／著

實戰智慧叢書①①9

行銷 36 策

——行銷新銳武器，不戰而屈人之兵

作 者／邱 義 城

主 編／鄭 書 慧

責任編輯／丁 希 如

發行人／王 榮 文

出版者／遠流出版事業股份有限公司

臺北市汀州路三段 184 號七樓之 5

郵撥／0189456-1

電話／(02) 365-3707 傳真／365-8989

發行代理／信報股份有限公司

電話／(02) 365-1212 傳真／365-7979

排 版／鴻霖電腦排版有限公司

印 刷／優文印刷股份有限公司

□1992(民81)年7月16日 初版一刷

□1995(民84)年3月1日 初版五刷

行政院新聞局局版臺業字第 1295 號

售價 180 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

版權所有・翻印必究 (Printed Taiwan)

ISBN 957-32-1614-0

《實戰智慧叢書》

⑪⑤ 國際合作實用

王泰允 / 著

⑪⑥ 老化企業再生

James A. Belasco / 著 李宛蓉 / 譯

⑪⑦ 有魅力的創業家

陳明璋 / 著

⑪⑧ 行銷贏家

Frank K. Sonnenberg / 著 陳舜萍 / 譯

⑪⑨ 行銷36策

邱義城 / 著

【作者簡介】

邱義城，美國阿姆斯特特大學企業管理碩士。曾任美國美頓公司總經理，現任全國電子專賣店總經理，並兼任中央大學管理學院講師，專欄散見《管理雜誌》、《突破雜誌》、《工商時報》。

□鄭書慧主編□

實戰智慧叢書

◆遠流出版公司

實戰智慧叢書①⑨

行銷 36 策

——行銷新銳武器，不戰而屈人之兵

作 者／邱 義 城

主 編／鄭 書 慧

責任編輯／丁 希 如

發行人／王 榮 文

出版者／遠流出版事業股份有限公司

臺北市汀州路三段 184 號七樓之 5

郵撥／0189456-1

電話／(02) 365-3707 傳真／365-8989

發行代理／信報股份有限公司

電話／(02) 365-1212 傳真／365-7979

排 版／鴻霖電腦排版有限公司

印 刷／優文印刷股份有限公司

□1992(民81)年 7 月16日 初版一刷

□1995(民84)年3月1日 初版五刷

行政院新聞局局版臺業字第 1295 號

售價 180 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

版權所有・翻印必究 (Printed Taiwan)

ISBN 957-32-1614-0

實戰智慧叢書 ⑪⑨

行銷36策

行銷新銳武器，不戰而屈人之兵

邱義城／著

《實戰智慧叢書》

出版緣起

王榮文

在此時此地推出《實戰智慧叢書》，基於下列兩個重要理由：其一，臺灣社會經濟發展已到達了面對現實強烈競爭時，迫切渴求實際指導知識的階段，以尋求贏的策略；其二，我們的商業活動，也已從國內競爭的基礎擴大到國際競爭的新領域，數十年來，歷經大大小小商戰，積存了點點滴滴的實戰經驗，也確實到了整理彙編的時刻，把這些智慧留下來，以求未來面對挑戰時，能有所憑藉與突破。

我們特別強調「實戰」，因為我們認為唯有在面對競爭，對手強而有力的挑戰與壓力之下爲了求生、求勝而擬定的種種決策和執行「過程」，最值得我們「珍惜」。經驗來自每一場硬仗，所有的勝利成果，都是靠著參與者小心翼翼、步步爲營而得到的。我們現在與未來最需要的是腳踏實地的「行動家」，而不是缺乏實際商場作戰經驗、徒憑理想的「空想家」。

我們重視「智慧」。「智慧」是衝破難局、克敵致勝的關鍵所在。在實戰中，若缺乏智慧的導引，只恃暴虎馮河之勇，與莽夫有什麼不一樣？翻開行銷史上赫赫戰役，都是以智取勝，才能建立起榮耀的殿堂。孫子兵法云：「兵者，詭道也。」意思也指明在競爭場上，智慧的重要性與不可取代性。

《實戰智慧叢書》的基本精神就是提供實戰經驗，啟發經營智慧。每本書都以人人可以懂的文字語言，綜述整理，為未來建立「中國式管理」，鋪設牢固的基礎。

遠流出版公司《實戰智慧叢書》將繼續選擇優良讀物呈獻給國人。一方面請專人蒐集歐、美、日最新有關這類書籍譯介出版；另一方面，約聘專家學者對國人累積的經驗智慧，作深入的整編與研究。我們希望這兩條源流並行不悖，前者在汲取先進國家的智慧，作為他山之石；後者則是強固我們經營根本的唯一門徑。今天不做，明天會後悔的事，就必須立即去做。臺灣經濟的前途，或亦繫於有心人士，一起來參與譯介或撰述，集涓滴成洪流，為明白臺灣的繁榮共同奮鬥。

這套叢書的前五十三種，我們請到周浩正先生主持，他為叢書開拓了可觀的視野，奠定了紮實的基礎；從第五十四種起，由蘇拾平先生主編，由於他有在傳播媒體工作的經驗，更豐富了叢書的內容，自第一一六種起，由鄭書慧先生接手主編，希望藉由他個人在實務工作上操作的經驗，能為叢書的未來，繼續開創「前瞻」、「深廣」與「務實」的未來。

主編的話

鄭書日誌

今天，我們面臨一個轉變的時代——一切都在變，許多我們以前不敢想像的、不以為然的事情，現在都一一實現了。

共產主義在一夜之間崩潰、東西德的合併、蘇聯的解體，在在都證明了時代在變，一切都在變。然而在這個變動的時代，每一個現代人及每一個企業，要何以自處、如何處得好及出色呢？只有兩種情形可以幫助我們，就是更加充實我們的智慧及增加我們的實戰經驗。

《實戰智慧叢書》原本即是強調「實戰」，因為我們認為唯有在面對競爭、對手強而有力的挑戰與壓力之下，爲了求生、求勝而擬定的種種決策和執行「過程」，最值得「珍惜」；也重視「智慧」，因為智慧是衝破難局、克敵致勝的關鍵所在。

經驗是不能徒憑移植的，真正有用而能被我們所接納的經驗，必定是植根於本土的，所以，

《實戰智慧叢書》的出版內容，於譯介國外最新、最具實用價值、最適合國情的重要著作之外，我們念茲在茲的是如何讓所有經驗智慧生根。因此，我們希望能夠看到結合民族性、區域性及因特殊環境因素等形成的國人獨有的經營理念的闡發；我們相信在這塊土地上的商業領域裏，一定有許多充滿啓迪的「故事」與「經驗」正等著我們去發掘、整理、記錄，這些才是《實戰智慧叢書》真正及終極的目標。

在西方流傳著一則古老的笑話：有一位下級軍官問腓特烈大帝說：「我跟隨你出生入死，歷經百戰，為什麼始終只能位居低層，不能像另外許多袍澤一樣，節節高陞，光宗耀祖呢？」腓特烈大帝面帶微笑，指著一頭正由身邊經過，馱運輜重的驢子答道：「你知道嗎？這頭驢子也和你一樣，跟著我出生入死，身經百戰，但牠仍然只是一頭驢子哩。」

今天，我們看到許多行業，譬如：航空、百貨、半導體在美國紛紛面臨倒閉與崩潰的壓力與事實。為什麼這些在國外不易經營與經營不下去的行業，在國內反而欣欣向榮；人們躍躍欲試？我們有沒有真正深思，在全世界一片指責台灣貪婪聲中，為什麼台灣會有錢與有條件貪婪？及在全球的不景氣中，台灣却能一枝獨秀、屹立不搖？

答案很明顯地已經凸現在我們的面前，那即是——在我們的社會裡有一群人，他們默默地在耕耘、努力、付出；他們這樣做已經做了四十年。也因為有著他們，我們的社會才有今天這個得

來不易經濟的奇蹟！

今天《實戰智慧叢書》已經忠實地發掘、整理記錄了一部份「資料」與「經驗」下來。當然，這個工作不是即興的與一時的，我們必須繼續走下去，除了已經在做、從事的人士之外，有志一同之士、同好，盍興乎來？

今天，只有知道充實自己智慧、增加實戰經驗的人士，能參與下一波的「變動」與「挑戰」

……。

目錄

《實戰智慧叢書》出版緣起

主編的話

自序

第一篇 前瞻規劃

- 第1策 走向天涯&海角〔策略行銷兩極化〕／二三
- 第2策 捕捉若隱若現的機會〔差異分析計畫法〕／二九
- 第3策 種田，擇良田而栽〔市場區隔金律〕／三五
- 第4策 美麗的口號？〔贏的定位策略〕／四一
- 第5策 顧客就是老闆〔消費者利益掛帥〕／四七
- 第6策 射中顧客的心〔掌握消費者心理〕／五一
- 第7策 不能不懂我的心〔選擇目標市場〕／五五

- 第8策 爲來爲去都爲了您（服務時代來臨）／六一
第9策 慢跑、競走或衝刺？（企業成長策略）／六七

第二篇 優良產品

- 第10策 跟著感覺走多好？（擬定產品策略）／七三
第11策 不能再失敗（產品創新策略的省思）／七九
第12策 舊瓶裝新酒（爲產品注入活力的方式）／八五

第三篇 定價法則

- 第13策 貴就是好嗎？（產品定價策略）／九三
第14策 跳樓大拍賣（競爭定價策略）／九七

第四篇 行銷通路

- 第15策 條條道路通羅馬（戰略化通路）／一〇五

第16策 千里不留行〔強勢垂直行銷〕／一二一

第五篇 整體促銷

第17策 廣告與公關〔促銷戰略化〕／一一九

第18策 仙女手中的魔棒〔創造奇蹟的廣告〕／一二五

第19策 小兵立大功〔促銷的手法〕／一三一

第20策 推銷員不死〔人員推銷的利器〕／一三七

第21策 新時代商店〔提供商品服務組合〕／一四五

第22策 行銷交響詩〔零售業的四P〕／一五一

第23策 物超所值的時代〔零售業戰略化〕／一五五

第24策 促銷外一章〔公益行銷〕／一六一

第六篇 策略執行

第25策 不能開錯藥〔行銷診斷〕／一六九