



蕭富峯 / 著

提供實戰經驗
啟發經營智慧

行銷 實戰讀本



實戰智慧叢書 ③⑨

行銷實戰讀本

蕭富峯 著

實戰智慧叢書③⑨

行銷實戰讀本

作者／蕭 富 峯

主 編／周 浩 正

責任編輯／陳 莉 馨

發行人／王 榮 文

出版者／遠流出版事業股份有限公司

臺北市 10714 汀州路 782 號七樓之 5

郵撥/ 0189456-1 電話/ 392-3707

法律顧問／王秀哲律師

嘉義市忠義街 178 號 電話/ (05) 227-3193

電腦排版／正豐電腦排版公司

臺北市信義路四段 55 號 9 樓 電話/ 700-5444

印 刷／傳文印刷廠

臺北市汕頭街 54 巷 42 號 55 號 電話/ 306-3473

□1989(民78)年2月16日三版(印數4501~7500)

行政院新聞局局版臺業字第 1295 號

售價 160 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

版權所有・翻印必究

香港出版者／香港遠流出版公司 電話/ 5-580288

香港柴灣康民街 2 號 10 樓 8 室

【作者簡介】

蕭富峯，一九六〇年生，台灣省宜蘭縣人，台大商學系、政大企管所畢業。曾擔任聲寶公司專案經理、統一企業產品經理，現任義美食品副總經理特別助理，先後譯有《新競爭》、《行銷大戰》等書。

實戰智慧叢書

- ①行銷戰爭 / 沙永瑋譯
- ②華僑商法 / 黃恆正譯
- ③勝負 / 黃恆正譯
- ④王永慶奮鬥史 / 郭泰著
- ⑤王永慶的管理鐵錘 / 郭泰著
- ⑥開創者趙耀東 / 郭泰著
- ⑦企劃書 / 賴明珠譯
- ⑧企劃高手 / 李文祺譯
- ⑨悟 / 郭泰著
- ⑩穩・忍・準・狠 / 陳洪業著
- ⑪活用戰典 / 東正德譯
- ⑫決策者謀略 / 張永誠著
- ⑬公關手冊 / 施奇禪譯
- ⑭求職指南 / 洪啓銘譯
- ⑮人才僱用決策 / 余國芳譯
- ⑯鼓舞 / 郭泰編著
- ⑰有錢人 / 李約翰譯
- ⑱百事稱王 / 施奇禪譯
- ⑲報告書 / 鍾永香 & 葉麗美譯
- ⑳首腦論 / 嚴家其著
- ㉑服務業的經營策略革命 / 嚴奇禪譯
- ㉒成功策術 / 李約翰譯
- ㉓賣手 / 張永誠著
- ㉔帝王書 / 黃恆正譯
- ㉕智囊100 / 郭泰著
- ㉖辦公室戰爭 / 王知一譯
- ㉗經理人常犯的13個錯誤 / 王凱竹譯
- ㉘一坪商法 / 袁美範譯
- ㉙陶朱公商訓 / 林慶旺譯
- ㉚柔術 / 陳寶蓮譯
- ㉛霸術 / 陳文德著
- ㉜決斷力 / 吳淑麗譯
- ㉝企劃技術手冊 / 賴明珠譯
- ㉞Memo學入門 / 陳秋月譯
- ㉟商用孫子兵法 / 梁憲初著
- ㊱計策學 / 張永誠著
- ㊲切開Apple! / 陳洪業著
- ㊳圖解問題解決入門 / 詹央如譯
- ㊴行銷實戰讀本 / 蕭富寧著
- ㊵上班族缺德講座 / 胡拜年譯著
- ㊶一分禪 / 黃恆正譯
- ㊷反常識創意術 / 江靜芳譯
- ㊸店長會議 / 葉麗美譯
- ㊹會議技術100 / 沙興亞譯
- ㊺上班族時間運用學入門 / 袁美範譯
- ㊻投資遊戲高手 / 陳寶蓮譯
- ㊼商用宮本武藏兵法 / 東正德譯
- ㊽改善一生的12個步驟 / 蔡美玲譯
- ㊾亂世經營術 / 陳文德著
- ㊿賣點100 / 張永誠著

□周浩正主編□

實戰智慧叢書

◆遠流出版公司

實戰智慧叢書③⑨

行銷實戰讀本

作者／蕭 富 峯

主 編／周 浩 正

責任編輯／陳 莉 馨

發行人／王 榮 文

出版者／遠流出版事業股份有限公司

臺北市 10714 汀州路 782 號七樓之 5

郵撥/ 0189456-1 電話/ 392-3707

法律顧問／王秀哲律師

嘉義市忠義街 178 號 電話/(05) 227-3193

電腦排版／正豐電腦排版公司

臺北市信義路四段 55 號 9 樓 電話/ 700-5444

印 刷／優文印刷廠

臺北市汕頭街 54 巷 42 弄 55 號 電話/ 306-3473

□1989(民78)年2月16日三版(印數4501~7500)

行政院新聞局局版臺業字第 1295 號

售價 160 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

版權所有・翻印必究

香港出版者／香港遠流出版公司 電話/ 5-580288

香港柴灣康民街 2 號 10 樓 8 室

681586

實戰智慧叢書 ③⑨

行銷實戰讀本

蕭富峯 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，以求未來面對更嚴酷的挑戰時，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，啓發經營智慧。每本書都以人人可以懂的文字語言，綜述整理，爲未來建立「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，約聘專家學者對國內傑出商業領導人物或機構作深入的專書研究。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，作爲他山之石；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，或許亦繫於有心人士，一起來參與譯介或撰述，集涓滴成洪流，爲明日臺灣的繁榮共同奮鬥。

這套叢書我們請到軍校出身的周浩正先生主持，他除了有基本軍事常識與軍旅生涯的磨練之外，同時也是多年來出版界的活躍人物之一，我們希望誠如他「允文允武」的背景所呈顯的慧眼，能給這一系列叢書的未來，創造一個光明的遠景。

《實戰智慧叢書》

主編的話

周正

日軍軍事操典「戰術五十講」，曾強烈喻示：「一個實踐，比一百個理論要好。」意思是說坐而言，不如起而行。光說不練，紙上談兵，並不能驅敵致勝，敵人不會被雄偉的言辭淹沒，除非徹底擊潰或殲滅他們。而所有兵力佈署、調兵遣將的經驗智慧，都是在一次又一次攻防之中，累積、衍生出來的。

西方兵聖克勞塞維茲說：「兵學是經驗的科學，歷史中的事例，在經驗學科中，最可作為有力證據，所以，兵學實以戰史最為重要。」這些話也是在闡明「實戰」的重要性。

商場如戰場。我們已經可以明白地看出，軍事觀念、軍事理論、軍事術語大量侵入商業活動領域。兩軍對峙猶如同型、同性質商業產品的對抗戰，市場的爭奪，一來一往，短兵相接，白刃閃耀，慘烈的情況，不下於真正的戰場。因而，經驗——在實踐中領悟、累積的智慧，誠如軍事發展一樣，朝向藝術化的層次演進。

國內經四十餘年慘澹經營，商業活動也已經脫幅而起，除了國內市場的競爭日趨白熱化之外，國際市場的蠶食或鯨吞，也成為未來考驗企業生存的新指標。我們有鑒於此，為未雨綢繆計，

不怕簡陋，意圖擷取先進國家經營策略的智慧，同時努力整合國內若干年來成功企業的辛酸成長歷程中，所累存的經營經驗，作為一個長遠的出版目標；這一系列的叢書，定名為《實戰智慧叢書》，為迎接自由化與國際化的衝擊，奠定先勝的基礎。

經驗不能徒憑移植，真正有用而能被我們接納的經驗，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，我們念茲在茲的是讓所有經驗智慧生根。

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；我們希望看到一個企業的成長、一個企業家如何突破困境屹立不搖的因應措施。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等著我們去發掘、整理、記錄，這些才是《實戰智慧叢書》的終極目標。

在西方流傳著一則古老的笑話：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？」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，但牠仍然是一頭驢子。」

這一則充滿寓言精神的故事，或許在我們展讀《實戰智慧叢書》時，應該牢記心頭，時時相互惕勉的吧！

《實戰智慧叢書》

編輯室報告

這是個推銷時代，也是個形象時代。在這個時代中，商品是市場，政治也是市場；服務是市場，宗教也是市場。市場（market）既然無所不在，我們就處處需要行銷（marketing）。行銷，成了八〇年代的顯學。

行銷觀念是現代企業人必不可少的維他命，然而對大多數人來說，「行銷維他命」的攝取仍有困難。學院派的行銷學，如菲利普·柯特勒（Philip Kotler）的《行銷管理》、《行銷學原理》、麥可·波特（Michael Porter）的《競爭策略》等書籍，雖然營養，但初窺門徑者，讀來往往難以下嚥、消化不良。而實戰派的行銷學，如《定位》、《企業競爭戰略》，雖然興味盎然，但吸收到的，也只是「部分」的行銷養分。

《行銷實戰讀本》提供的，則是一顆易消化、易吸收的「綜合維他命」：理論與實例併行，從市場調查、市場區隔、市場定位、行銷策略談到競爭策略，按部就班地梳理出行銷學的總體概念。

以三十歲不到的年紀，沒有「行銷專家」「行銷高手」等頭銜，作者蕭富峯先生這個「專業知識通俗化」的嘗試，乍看之下是「膽大包天」的。

蕭富峯也許大膽，卻不魯莽。綜觀全書，我們可以發現《行銷實戰讀本》的幾個特色：

- 概念通俗而不低俗，解說淺顯而不膚淺，行文輕鬆而不輕佻。本書的「定位」是：專業知識通俗化，作者頗能拿捏易讀易懂、深入淺出的分寸，適合欲窺行銷門徑的人做入門書。

- 豐富的實例介紹——尤其是〈個案觀摩〉，不但有助於行銷理論的理解，對掌握行銷知識的實際操作現況更有點睛之妙。特闢的〈行銷教室〉，詳細解說重要的行銷概念，與〈個案觀摩〉雙管齊下，效果相乘。

- 有國外的做法，也有本土的經驗。不是只說「外國的月亮」的翻譯作品，本土的實戰智慧在書中也頗具分量，這種中西合璧的方式，減少了文化隔閡的缺憾，更有助於國內行銷經驗的累積與發展。

一方面基於對蕭富峯年輕熱情的感動，一方面確信「能使該懂的人都懂，想懂的人能懂」，我們鄭重地將這位年輕人的處女作介紹給讀者。希望你和我們一樣，在看完這本書後，給他熱烈的掌聲。

（陳錦輝執筆）

目錄

《實戰智慧叢書》出版緣起

主編的話

編輯室報告

序

致讀者 不要成爲行銷文盲／二三

緒論 揭開行銷的面紗／三三

第一篇 市場調查

開場白 行銷戰的先期作業

第一章 常用的調查方法／五九

質的調查／量的調查

第二章 常見的調查項目／七九

消費者調查／產品研究／〈個案觀摩
〉：摩黛絲命名測試／廣告研究

第三章 抽樣方法與市調流程／九七

常見的抽樣方法／市場調查流程／〈
行銷教室〉：市場調查不是萬靈丹
〔篇末・總整理〕

第二篇 市場區隔

開場白：市場大餅切割術

第四章 市場區隔變數／一一三

地理變數／人口變數／心理變數／〈
個案觀摩〉：司迪麥我心戚戚焉／行
爲變數／變數的交叉使用／〈個案觀
摩〉：味全低脂鮮乳與山葉電子琴

第五章 有效區隔與選定市場／一二二

有效區隔的三個條件／目標市場的選

定／〈行銷教室〉：利基——市場的
立足點／〈個案觀摩〉：野馬汽車的
意外收穫

〔篇末・總整理〕

第三篇 市場定位

開場白：佔據消費者的芳心

第六章
三個問題，六大步驟／一三七

定位是什麼／先問三個問題／定位的
六個步驟／〈個案觀摩〉：艾維斯
老二策略

第七章
定位須知／一四七

融入消費者導向與競爭者導向／〈個
案觀摩〉：七喜汽水大戰可樂雙霸／
搶先佔住第一個位置／找洞策略／〈
個案觀摩〉：萬寶路的漫漫長路