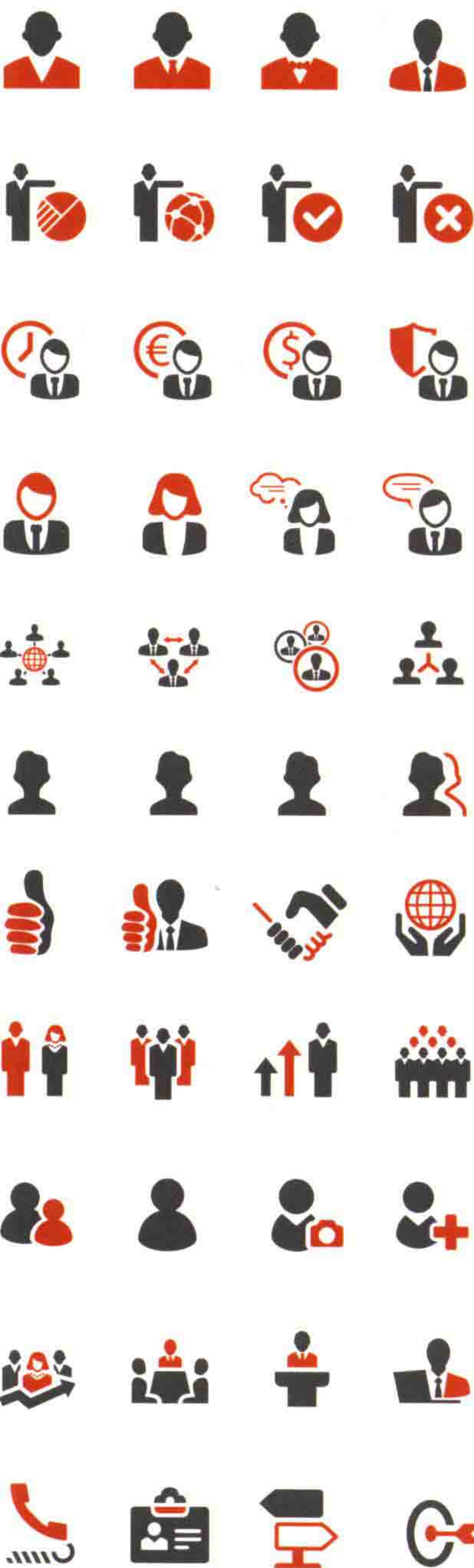




创业者要懂的 24堂 营销课

白 龙◎著

创业者提升营销能力和企业效益
的必读工具书！

理清企业营销新思路！
详解企业营销制胜新方法！



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

创业者要懂的 24 堂营销课

白 龙 著

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

创业者要懂的24堂营销课 / 白龙著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2016. 9
ISBN 978-7-115-43469-2

I. ①创… II. ①白… III. ①市场营销学 IV. ①F713.50

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第204563号

内 容 提 要

在“大众创业，万众创新”的时代，创业企业如雨后春笋般涌现。企业要想获得经济效益，就必须掌握一定的营销技巧。营销的要素有哪些？如何制定营销方案？如何利用互联网思维进行网络营销？针对初创企业关心的问题，本书给出了答案。

本书针对创业者应该掌握的营销知识和技能，将产品营销、市场营销、品牌营销、服务营销、互联网营销、情感营销六个方面的知识细化为24堂营销课。每堂课都阐述了相关概念和具体的工作思路，并针对具体问题给出了有效对策，能够帮助广大创业者以较少的资金投入，获得强有力的营销效果。

本书适合初创企业的管理者和营销人员阅读，也适合其他对营销感兴趣的读者阅读。

◆ 著 白 龙

责任编辑 庞卫军

执行编辑 付 路

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：10.5

2016年9月第1版

字数：120千字

2016年9月北京第1次印刷

定 价：39.00 元

读者服务热线：(010) 81055656 印装质量热线：(010) 81055316

反盗版热线：(010) 81055315

广告经营许可证：京东工商广字第8052号

前言

“大众创业，万众创新”的浪潮不断高涨，众多怀有创业梦想的人纷纷加入到创业大军之中。然而，创业的路上成功者寥若晨星，失败者却不计其数。马云也曾说过，创业是九死一生。可见，创业的现实很残酷。

创业者要想在这样的环境中脱颖而出，就要切实提高各方面的能力，尤其是营销能力。那些获得了卓越成就的创业者，无不是凭借优秀的产品和服务，以及过人的营销手段迅速占领市场的。

史玉柱充分发挥营销的巨大能量，让公司潜心研发的“脑白金”一炮走红，成为了保健品市场的龙头，并创造了17年畅销、连续16年成为中国销量第一的保健品、长期占据保健品市场高达10.13%份额的营销传奇。史玉柱也因此被称为营销狂人。

雷军和他的团队利用互联网营销，没有花费太多成本就让小米品牌走红大江南北，在手机市场中脱颖而出，并在短短四年时间内荣登国内手机销量第一的宝座，成为了无数创业者效仿的对象。

可见，创业者一定要重视营销，并把各种营销手段运用得炉火纯青。创业者不懂营销，就会在激烈的竞争环境中举步维艰，就无法获得更大的成就。企业生产产品是为了把它们卖出去，这样才能获得利润，才能维持企业的正常运转，获得进一步的发展。为此，创业者要竭尽全力地

去开拓市场、寻找目标用户、提高品牌知名度。要想做到这些，没有营销的助力是万万不行的。毫不夸张地说，在某种程度上，企业营销水平的高低，影响着企业的发展高度，甚至能够决定企业的生死存亡。

在“互联网+”时代，营销工作有了新的手段和工具，本书为广大创业者总结了以下六种营销方法。

（1）产品营销。创业者一定要研发出质量过硬、名字响亮、含有创新元素的产品，因为营销的前提是要有个好产品。

（2）市场营销。创业者开展市场营销，需要做好四件事情——定方案、找目标、做广告和巧策划，以便将每一分钱都花在刀刃上，快速地占领市场。

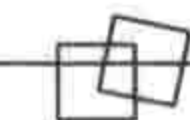
（3）品牌营销。品牌就是招牌，只有打响品牌，才能把新产品顺利地推广出去。品牌营销过程中，创业者要做好以下几件事：确定改变命运的“种子”产品、赋予产品一个精彩的故事、明确产品定位以及确定主打品牌。

（4）服务营销。优质服务能为初创企业增值。创业者要注意以下几点：与用户交朋友、努力实现与用户共赢、为用户提供最好的服务以及绝不能轻视用户。

（5）互联网营销。互联网营销是初创企业声名鹊起的法宝。要想玩转互联网营销，创业者要把握好四个要素——粉丝经济、朋友圈经济、自媒体经济和 O2O。

（6）情感营销。情感营销是让用户认同企业的有力手段之一。一个品牌、一个产品，只有赢得用户的认同才能获得成功。要想做好情感营销，创业者需要掌握以下四个技巧：用良好的体验留住用户、营造良好的体验氛围、找到用户的痛点以及学会情感设计。

只要创业者熟练掌握上述营销方法，就能够让自己的企业在创业路



前言

上越走越远，在激烈的竞争中不断胜出。

最后，需要特别说明的是，作者在创作本书的过程中，得到了众多朋友的大力支持，他们提供了部分有价值的素材，以及诸多有益的建议。他们分别是陈龙海、郭彦宏、安睿、朱蕊、罗时迁、钟海平、罗飞丽、陈选燕、陈龙武、李玫诺、曹珊、张丽欢等，在此向本书的所有贡献者一并致谢。

目 录

Part 1

产品营销：创业者一定要生产好产品

- 第 1 课 求质量：好产品自己会说话 / 3
 没有好产品的企业一定走不远 / 3
 营销的关键是有好产品 / 6
 将产品做到极致 / 8
- 第 2 课 打名号：给产品起一个响亮的名字 / 12
 好名字有利于产品的传播 / 12
 好名字便于企业塑造产品形象 / 14

- 第 3 课 促研发：不断推陈出新 / 17
 市场是个大熔炉，不进步就退步 / 17
 不断创新，满足消费者不同层次的需求 / 19
- 第 4 课 严把关：绝不让不合格产品流入市场 / 23
 从源头把关，严格控制产品质量 / 23
 用挑剔的眼光看待产品生产 / 25

Part 2

市场营销：创业者要学会把钱花在刀刃上

- 第 5 课 定方案：做最好的准备，做最坏的打算 / 31
 选择好项目，不做微利产品 / 31
 选择好进入市场的时机 / 33
 精选方案，而非多多益善 / 35
- 第 6 课 找目标：第一时间抓住潜在客户 / 37
 一定要知道谁会为你的产品买单 / 37
 发现并满足消费者的需求 / 40
- 第 7 课 做广告：花最少的钱做最有效的宣传 / 43
 狂轰滥炸的硬广也会产生效益 / 44
 选择最佳的广告投放平台 / 46



目 录

- 第 8 课 巧策划：公司业绩都是筹划出来的 / 48
 一个好的策划，能创造意想不到的价值 / 48
 学会事件营销，不放过每一个热点 / 49
 凸显产品亮点，让用户过目不忘 / 50

Part 3

品牌营销：优秀的企业一定会做品牌

- 第 9 课 企业默默无闻怎么办 / 55
 学会借大公司的“势” / 55
 推出“种子”产品 / 57
 发展外围产品 / 59
- 第 10 课 企业产品不出彩怎么办 / 62
 赋予产品一个精彩的故事 / 62
 用产品的内涵吸引用户 / 65
- 第 11 课 产品定位不明怎么办 / 68
 确定你的用户属于哪个消费层次 / 68
 设计不同层次的品牌产品 / 70
- 第 12 课 产品种类太多怎么办 / 73
 确定主打品牌，确定营销主次 / 73
 砍掉多余产品线，重点发展核心产品 / 76

Part 4

服务营销：优质服务为初创企业增值

- 第 13 课 什么是优质的服务 / 81
- 优质服务能让用户更信赖你 / 81
 - 优质服务就是让用户赞不绝口 / 83
 - 优质服务就是与用户做朋友 / 84
 - 优质服务就是超越用户的想象 / 85
- 第 14 课 如何让用户主动口碑传播 / 87
- 站在用户的角度考虑问题 / 87
 - 努力实现用户与企业的共赢 / 90
 - 企业多做一些，加强用户对企业的认可 / 92
- 第 15 课 最好的服务就是为用户解决问题 / 94
- 把用户的问题放在首位 / 94
 - 解决问题就是增加用户黏性 / 96
- 第 16 课 客户第一：任何时候都不能轻视客户 / 99
- 在销售的每个环节都要做好服务 / 99
 - 把顾客当成上帝而非金主 / 102
 - 不要怠慢任何一个踏进店铺门槛的人 / 104

Part5

互联网营销：让初创企业声名鹊起的法宝

- 第 17 课 粉丝经济，练好“吸粉”大法 / 109
粉丝是企业发展最大的智囊团 / 109
粉丝能最大程度地提升客户转化率 / 111
- 第 18 课 朋友圈经济，从“他的客户”到“我的客户” / 113
朋友圈的广告蕴藏着巨大的能量 / 114
基于信任基础上的口碑营销 / 115
- 第 19 课 自媒体经济，人人都是传播媒介 / 118
一次转发所带来的巨大经济效益 / 118
不可忽视的自媒体营销 / 121
- 第 20 课 O2O 经济，线上线下双管齐下 / 123
开通线上渠道，打造 O2O 闭环 / 123
开拓线下渠道，丰富销售网络 / 126

Part6

情感营销：让用户认同企业的有力手段

- 第 21 课 体验至上，用良好的体验留住用户 / 133
最好的互动是用户感觉到了快乐 / 133
激发用户的参与感，获得用户的认同 / 135
创造极致的产品体验，让用户舍不得离开你 / 136

- 第 22 课 企业要善于营造良好的体验氛围 / 139
- 积极与用户互动，在互动中了解用户的真实想法 / 139
- 收集用户意见，尊重用户感受 / 141
- 用户的每一次反馈都是企业改进的方向 / 143
- 第 23 课 企业如何找到用户痛点 / 146
- 用大数据锁定用户痛点 / 146
- 多组织线上线下活动，在信任的基础上开展情感营销 / 148
- 第 24 课 学会情感设计 / 151
- 愉悦的工作氛围能让员工为用户创造最好的体验 / 152
- 采用会员机制，为用户制造优越感 / 153
- 发起情感促销，让用户感受到企业的真诚 / 155

Part 1

**产品营销：
创业者一定要生产
好产品**

营销涉及四大要素：产品、盈利方式、销售渠道和传播渠道。首当其冲就是产品，可见产品在整个营销体系中占有举足轻重的地位。因此，创业者一定要全力以赴地开发出好产品，用好东西来吸引用户、赢得市场。简而言之，产品营销就是让用户了解你的产品，并最终购买你的产品。

第 1 课

求质量：好产品自己会说话

有人说，做产品就是做营销，只要广告做得好，没有卖不掉的产品。事实真的如此吗？不是的。无数企业昙花一现的经历告诉我们，如果没有好产品，广告做得再好也毫无用处。在互联网经济高度发达的今天，依靠狂轰滥炸式的广告投放来影响消费者，效果已经没有过去明显。越来越多的人更相信自己的使用体验，而不是广告上的只言片语。

没有好产品的企业一定走不远

俗话说：“酒香不怕巷子深。”说的就是好产品拥有巨大的魅力，能够吸引消费者慕名前来。如果创业者能够研发出好产品，就能快速吸引客户，进而在市场中迅速赢得一席之地。

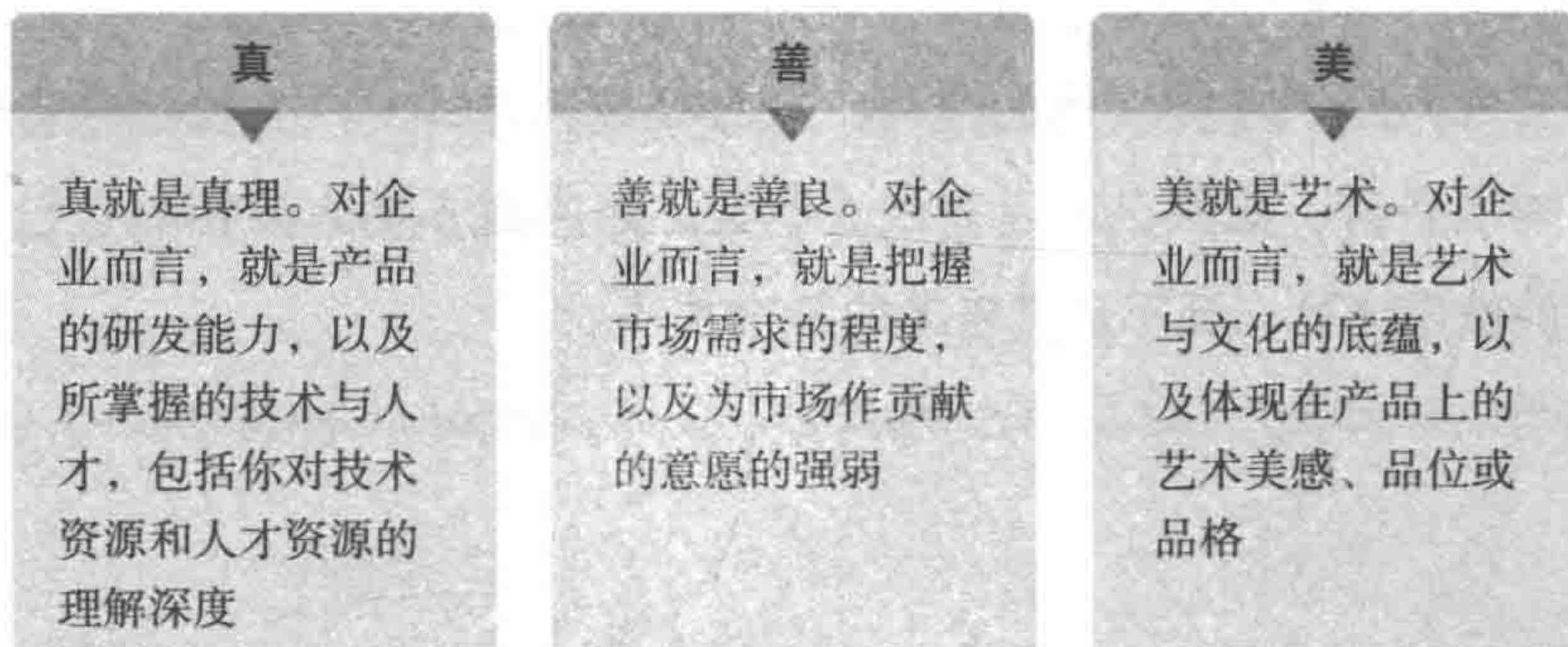
很多生产智能硬件的创业公司，通过众筹获得了成功，但是很快就

销声匿迹了。归根结底，就是因为它们没有好产品，经不起市场和消费者的检验。可见，企业没有好产品，很难在市场中站稳脚跟。

好产品是企业发展的持久动力。全聚德、同仁堂、云南白药等企业经历了百年的发展，凭借好产品始终在行业中处于领先的地位。即使是在互联网时代兴起的创业公司，能够保持高速、稳定发展的，凭借的也是好产品。苹果公司凭借极简的智能手机在手机市场中长期所向披靡，老牌厂商诺基亚、摩托罗拉纷纷出局。腾讯凭借极受欢迎的社交工具微信，令电商巨头阿里巴巴如坐针毡。在 O2O 领域，百度凭借百度糯米、百度外卖这两个好产品，占尽上风。

企业要想获得持续发展，就离不开好产品，而好产品应该具备三个要素，即真、善、美。

好产品要具备的三个要素



没有哪一位创业者不想研发出一款好产品，很多企业家都在竭尽全力地探索适销对路的产品，时刻琢磨着用好产品引爆市场。在这个提倡简单思维的“互联网+”时代，企业要明白，做得多不如做得精。做得精指的就是做一款好产品。

在互联网领域，什么样的产品才能称得上是好产品？我们可以从六

个维度来评价：（1）有用，即产品要努力满足用户需求；（2）好用，即产品设计力求简单、实用；（3）好看，即将产品设计得美观；（4）好玩，即运营部门和策划部门默契配合，让产品充满趣味，让用户能获得快乐的体验；（5）前景，即判断产品是否具有良好的发展前景；（6）营收，即通过产品所带来的利润来判断产品的价值。互联网创业者只有从这六个维度入手开发产品，才能做出好产品。

媒体界也有句名言：“内容为王。”这句话启示创业者要做好产品。好产品就是营销的内容。试想，你的产品不好，虽然通过广告可以推销出一批产品，但用户用了感觉不好，还会再次购买吗？会给你好评吗？我想用户不仅不会再次购买，而且会到处说你的产品不好，企业辛辛苦苦建立起来的品牌形象就会受到损害。品牌形象一旦受损，就无法获得快速发展，甚至会一蹶不振、破产。

创业公司要想获得长远发展，离不开营销，而营销的前提是要有好产品。用户通常会通过广告了解你的产品，对你的产品产生兴趣，并购买你的产品。如果你不能兑现产品广告中的承诺，用户就会认为你在欺骗，就不会再次购买。因此，企业做广告时不能一味地夸大效果，否则广告不仅不能提升产品的美誉度，还会让你的产品更快地被消费者抛弃，那么广告推广也就失去了意义，巨额的广告费用就打了水漂。广大创业者、中小企业应注意：广告不是营销的万能药，广告虽然能提升产品知名度，但是前提是要有好产品，好产品才是品牌持久发展的动力。

初创企业要发展，就要把所有的精力放在一个产品上，并把这个产品做到极致，做成自己的明星产品，乃至行业的明星产品。企业通过明星产品集中传播卖点，才能在竞争中以小博大、以弱胜强，提高品牌影响力，获得持续发展。