



打破僵局

撬动疲软市场的五个方法

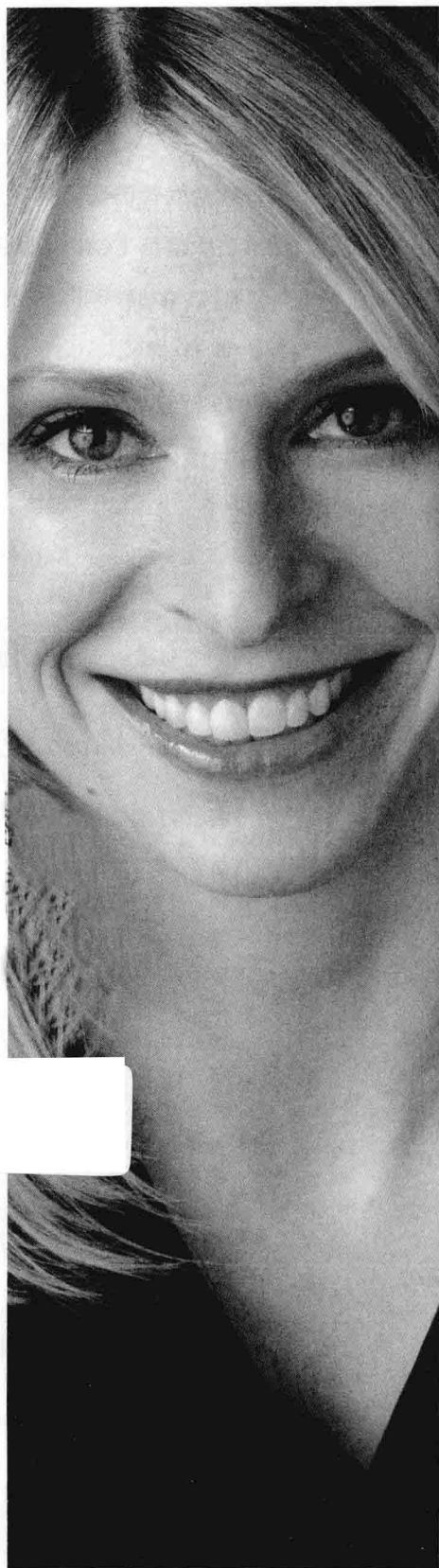
[美] 惠特尼·凯斯◎著 侯景华 高文艳◎译

曾任微软集团高级营销经理、美国运通公司战略顾问

独家揭秘20多年来不断被微软、美国运通公司、
星巴克等世界知名企业和全球数千万创业者
证明的成功营销法则



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



打破僵局

撬动疲软市场的
五个方法

「美」惠特尼·凯斯
侯景华·高文艳◎译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

著作权合同登记号 图字01-2013-1530

图书在版编目 (CIP) 数据

打破僵局:撬动疲软市场的五个方法 / (美) 凯斯 (Keyes, W.) 著;侯景华, 高文艳译. —北京:北京大学出版社, 2013.12

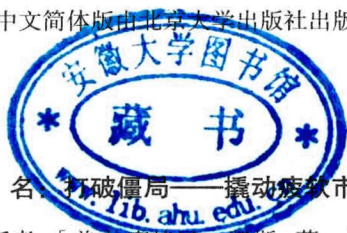
ISBN 978-7-301-23282-8

I. ①打… II. ①凯… ②侯… ③高… III. ①企业管理-市场营销学 IV. ①F274

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第233100号

Propel©2013 Whitney Keyes. Original English language edition published by Career Press.

本书中文简体版由北京大学出版社出版。



书 名: 打破僵局——撬动疲软市场的五个方法

著作责任者: [美] 惠特尼·凯斯 著 侯景华 高文艳 译

责任编辑: 宋智广 代 卉

标准书号: ISBN 978-7-301-23282-8/F·3766

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电子信箱: rz82632355@163.com

电 话: 邮购部62752015 发行部62750672 编辑部82632355 出版部62754962

印 刷 者: 北京正合鼎业印刷技术有限公司

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 15.5印张 159千字

2013年12月第1版 2013年12月第1次印刷

定 价: 42.00元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

卡罗林·博伦 (Caroline Boren)

阿拉斯加航空公司精诚营销和消费者支持部总经理

“惠特尼巧妙翔实地描述了有益于当今精明的营销人士的各种营销战略和策略，其中包括怎样使用、如何使用各种策略，同样重要的是指出了什么情况下不适合使用这些策略。通过惠特尼分享的实用技巧和真实案例，任何人都能够改善营销方法，更加有效地抓住客户，取得成效。”

诺曼·瓜达尼奥 (Norman Guadagno)

Wire Stone公司 总经理

“在无处不营销的文化氛围中，找寻新方法传播信息变得日益困难。幸运的是，惠特尼在书中提供了许多实用、可操作性强的方法来实现成功的商业营销。这本书反映了作者的激情和专业性，值得一读。”

玛利亚·罗斯 (Maria Ross)

Red Slice 公司创始人、首席战略家，《小型企业品牌化基础》作者

“在《打破僵局：撬动疲软市场的五个方法》一书中，惠特尼做到了只有少数商业作者能够做到的事：摒弃了既无法吸引客户，不能达到既定目标，又不能增加企业收益的营销理论，让那些厌倦了此类营销理论的企业管理者受益，以成果为动力将营销变成现实。惠特尼以实用有力的方式，使读者的注意力放在明确的行动方案上，并用切实的事例证明自己的观点。不论是街边店铺的业主，还是财富500强企业的营销人员，都可以从中受到启发，燃起营销理念的火花。清醒吧，商业领袖们：凯斯是业内富有经验的新声音，提供鲜活实用的指导，将战略转化为实际成果。”

罗宾·布洛克 (Robbin Block)

营销策略师，“少管闲事”节目主持人，公共演说家，《社会说服力》作者

“《打破僵局：撬动疲软市场的五个方法》一书好比一边惬意地享受午餐，一边愉快地交谈，谈论如何改善生意。该书还引经据典，毫不吝啬地提供各种实例研究和奇闻逸事。这些实例清晰地阐明了众所周知的营销规则，并如和风细雨般地滋润心田，直到被消化吸收。单是“借助媒体和舆论造势”“塑造强有力的伙伴关系”等章节就让本书值得一读了。”

琼·亚伯拉罕 (Joe Abraham)

bosiDNA. com创始人, 《企业家DNA》作者

“想要获得狂热的追捧和虔诚的客户, 你绝对要读此书。惠特尼展示了不断被世界上最伟大企业和突破性创业证明的成功准则, 《打破僵局: 撬动疲软市场的五个方法》是每位企业家必读之作。”

朱丽叶·桑德 (Juliet Sander)

华盛顿大学营销教师, 桑德品牌文化公司创始人

“惠特尼将错综复杂的营销观念转化为简单易行的行销观点, 让读者恨不得立即展开行动, 开展市场营销。《打破僵局: 撬动疲软市场的五个方法》一书充满了营销实例和营销途径, 指导读者瞄准营销活动、自主创业、了解自己需要做的事, 而不需要浪费时间。”

艾里克·泰勒 (Eric Taylor)

艾里克·泰勒咨询集团创始人、商务执行官, 畅销书《掌控营销世界》作者

“惠特尼·凯斯绘制了营销的成功蓝图, 《打破僵局: 撬动疲软市场的五个方法》一书为每一位企业经营者提供了工具、策略和行动方案, 加速实施各自的营销计划。在解决营销困境的过程中, 惠特尼明确地向读者指出实施营销的方法, 效果显著。我非常同意惠特尼‘营销永不止步’的观点。人人都与商业活动息息相关, 这里的商业指的就是营销业。本书简明扼要, 切中要害。营销不是‘观赏性的体

育节目’，从业者必须亲身参与到活动中来，亲手实践，制定活动方案和项目规划。《打破僵局：撬动疲软市场的五个方法》一书展示了在当今快节奏的营销游戏中获胜的法宝。买一本《打破僵局：撬动疲软市场的五个方法》，细细品读，然后开展重大行动‘推动’营销计划，增加企业利润。”

安吉拉·海瑟 (Angela Heise)

综合训练员、教练

“不论你从事什么行业，奉行何种营销策略，才华横溢的惠特尼都面面俱到，考虑到了各行各业，提纲挈领地给出了切实的步进式方案，提供了富有洞察力的案例研究，指导你如何加速商业发展。惠特尼给出的模块结构引人入胜，让你尽情地在书中畅游，找到最适合自己的方法。每章最后的‘营销思维模式’环节简洁明了地做了总结，鼓励你将顿悟变为切实的行动方案。对于希望开拓市场、营销品牌的人，我极力推荐《打破僵局：撬动疲软市场的五个方法》一书。”

米歇尔·提里斯·利德曼 (Michelle Tillis Lederman)

《亲和力的11条法则》作者，执行元素 (Executive Essentials) 公司首席执行官

“本书为品牌塑造和市场营销等问题提供了明确的答案，并与‘亲和力11条法则’中的头号法则——真实法则紧密相连。书中，惠特尼以合作的方式，与客户、竞争者和媒体携手同行，走在行业前端。”

史黛丝·安德森 (Stacey Anderson)

杂志《井井有条》发行人

“作为组织和生产力问题方面的专家，我非常喜欢《打破僵局：撬动疲软市场的五个方法》一书，因为书中充满了简单易行且有效的行动方法。营销经常令我不知所措，但是这本书却以故事的形式娓娓道来，让我了解了营销的方方面面，我迫不及待地想实施这些策略了。”

谨以此书献给

我所有的亲朋好友、最棒的同事、

卓越的客户和出色的学生

感恩现在的拥有，才能把握未来的财富。

——作家 埃克哈特·托利 (Eckhart Tolle)

没有大家的帮助、支持和鼓励，本书的写作便无从谈起。我非常感谢本书每章中提到的每一个人，感谢他们愿意分享各自的成功经历。下面仅列出一些成书过程中不断给予我帮助、让我将最初的想法变成此书的朋友们：

必须要感谢：米纳斯·凯斯家族 (The Minas Keyes clan)。

顶级代理人：约翰·威利格 (John Willig)。

杰出的顾问：史黛丝·安德森 (Stacey Anderson)，迈克尔·布拉斯基 (Michael Brasky)，迈克尔·柯伊 (Michael Coy)，米歇尔·克莱格 (Michelle Craig)，伊莉莎白·黛尔 (Elisabeth Dale)，芭比·哈尔 (Barbie Hull)，韦弗利·菲茨杰拉德 (Waverly Fitzgerald)，佩吉·费舍尔 (Peggy Fischer)，伊莱恩·朗恩 (Elaine Long)，巴

布·米纳斯（Barb Minas），凯丽·帕顿（Karri Patton），安吉·拉莫斯（Angie Ramos），玛利亚·罗斯（Maria Ross），曼雅·伽拉梅雅·麦克维（Mayna Sgaramella McVey），佩妮·威斯勒（Penny Whisler），玛姬·温克尔（Maggie Winkel），宋明业（Soon Beng Yeap）。

事业出版社工作人员：迈克尔·派伊（Michael Pye），劳里·凯利·派伊（Laurie Kelly-Pye），柯尔斯顿·达蕾（Kirsten Dalley），吉娜·塔鲁奇（Gina Talucci），凯拉·库姆佩尔（Kara Kumpel），杰夫·皮亚斯基（Jeff Piasky），韦斯·约西（Wes Youssi）（封面设计）以及所有幕后工作人员。

法人团体：阿拉斯加航空公司（凯若琳·博伦，博比·伊根，凯利·格斯，达比·柯克，柯蒂斯·科普夫，保罗·迈克尔罗伊，乔·斯普瑞格），美国运通公司（萨拉·梅隆，帕特里克·琼斯），微软集团（史黛丝·德雷克·麦克雷迪，莉萨·斯特拉顿），星巴克集团（阿丽莎·马丁内斯，科里·杜布罗瓦）。

活力二人组：乔什·凯斯（Josh Keyes）和丽莎·埃里克森（Lisa Ericson），斯蒂夫·罗兰（Steph）和里奇·罗兰（Rich Rowland），利兹·哈兹安都尼奥（Liz Hatziantoniou）和乔治·哈兹安都尼奥（George Hatziantoniou），塔米·纳西里（Tami Nassiri）和瓦利西斯·查马里迪（Vassilis Chamalidi），瓦尼（Vani）和达什·达科什纳姆迪（Dash Dhakshinamoorthy），阿德里亚娜（Adriana）和琳达·苏莱曼（Linda Suleiman），瓦耶特·巴蒂勒（Wyatt Bardouille），扬·奥斯

特曼 (Jan Ostman)。

Eagle-eye编辑: 艾伦·卡丁 (Ellen Kadin), 凯里·莱赫托 (Kerry Lehto), 莎娜·麦克纳利 (Shana McNally), 威利·奥沙利文 (Wylie O'Sullivan), 南希·威客 (Nancy Wick)。

必须要感谢的男士和女士: 克里斯汀·阿克耶尔 (Kristen Akyel), 罗恩·阿萨哈拉 (Ron Asahara), 大卫·博威 (David Bovee), 米歇尔·卜作妮 (Michelle Buzzoni), 希瑟·科雷亚 (Heather Correa), 劳伦·戴维斯 (Lauren Davis), 卡尔·福耶斯特罗姆 (Karl Fjellstrom), 艾米·戈德斯坦 (Amy Goldstein), 盖伊·古德曼 (Gay Goodman), 谢尔比·格雷格 (Shelby Gregg), 安·奎恩 (Ann Guinn), 乔什·霍兰德 (Josh Holland), 拉里·约翰逊 (Larry Johnson), 凯伦·克肖 (Karen Kershaw), 大卫·库比兹基 (David Kubiczky), 乔治·孟 (George Meng), 苏珊·米特斯 (Susan Metters), 乔恩·米苏拉 (Jon Misola), 巴里·米兹曼 (Barry Mitzman), 吉尼·帕伦特 (Kini Parente), 金姆·皮尔森 (Kim Pearson), 玛莎·佩里 (Marsha Perry), 莫莉·菲利普斯 (Molly Phillips), 苏西·普雷兹 (Susie Prets), 阿丽莎·伦奇 (Arisa Rench), 雷伊·萨博多 (Rey Sabado), 雅惠·哈顿 (Masae Rhoton), 阿伯特·特里斯金 (Albert Treskin), 塔米卡·文森 (Tamika Vinson)。

良好的管理类型提供者: 卡罗·安德森 (Carol Andersen), 乔治·博克斯 (George Beukes), 艾伦·比恩斯多克 (Ellen Bienstock),

周文芳 (Wing Foong Chew)， 克里斯汀·克利福德 (Christine Clifford)， 乔治·卡库奥 (George Gakuo)， 哈利玛·奇乌基 (Halima Gichuki)， 罗扎娜·哈尼帕 (Rozana Hanipah)， 丽莎·海尔布隆 (Lisa Heilbronn)， 雪莉·米娜 (Sherry Mina)， 伊冯 (Yvonne Oh)， 莎姐炎·利亚兹拉哈曼 (Sadayan Riazurrahman)， 格雷琴·温特罗布 (Gretchen Weintraub)， 尼克·帕布 (Nick Papp)。

由衷地感谢：芭芭拉·罗斯·夏多布里昂 (Barbara Rose Chateaubriand)。

商法支持：丹·瓦高纳 (Dan Waggoner)。

多媒体工作人员：布雷特·伦威尔 (Brett Renville)， 安迪·洛 (Andy Lo)， 安德鲁·摩根 (Androu Morgan)， “蛋糕会有的” 芭芭拉·福哥特 (Barbara Fugate)， 维贾伊·苏里希库玛 (Vijay Sureshkumar)。

摄影：大卫·希勒 (David Hiller)。

营销俱乐部主席：巴里·罗斯·莱因哈特 (Barry Ross Rinehart)。

要感谢的家族：巴赫杜耶斯 (Bardouilles) 家族、埃里克松 (Ericson) 家族、纳西里 (Nassiri) 家族、皮门特尔 (Pimentel) 家族、惠顿 (Whiton) 家族。

爱人：乔尔·夏皮罗 (Joel Shapiro)。

来自家乡的支持者：巴奈特 (Les Barnett)， 玛丽莎·克莱格 (Mariza Craig)， 凯蒂·乔里 (Katy Jolley)， 基思·斯通 (Keith

Stone)，丹·乌尔佩尔（Dan Voelpel）。

无条件的爱：多米诺（Domino）。

作家朋友：凯伦·伯恩斯（Karen Burns），米歇尔·古德曼（Michelle Goodman），米歇尔·提里斯·莱德曼（Michelle Tillis Lederman），盖尔·马丁（Gail Martin）。

从业25年来，我有幸参与并引导了服装业一些顶级品牌的升级、打造和重组工作，其中包括诸如Levi's、梅西百货、美国最大的服装零售商盖璞公司、美国第一行政品牌安·泰勒·洛夫特和著名服装品牌汤米·巴哈马等服装业巨擘。同时，我还有幸就如何打造成功的品牌为资深企业家献计献策，谈到这里，自然就要说说我和惠特尼·凯斯（Whitney Keyes）相识的过程。

彼时，在一次创业研讨会上，适逢我主持营销专家小组面谈，惠特尼刚好是专家组成员之一。在讨论过程中，惠特尼对营销表现出无与伦比的热情，感染了在场的每一个人——她熟知营销战略，幽默风趣，又充满实干态度。与会人士踊跃学习

她分享的成功经验，她也给我留下了深刻的印象。我深为她独到的营销方式所鼓舞，于是便与她取得联系，共同探讨未来的咨询项目并举办商业研讨会，从那以后我们就成了同事。

惠特尼认为：经营一家企业，不论规模大小，其中所遇到的挑战都是如何在完成经营工作的同时完成对企业的统筹规划。这一真知灼见产生了非凡的影响力，她也因此实现了业务拓展目标：她不但在微软集团等商业巨头内部领导营销团队，并且还应美国国务院之邀在马来西亚和非洲举办女性创业讲习班。不论是在千百名观众面前发表主题演讲，还是在大学课堂里传道授业，她的理念和成功途径始终如一：以简明、连贯、富有战略性的方式制定切实可行的发展规划，推动企业不断前行。

最近，我把一位客户介绍给惠特尼，并欣然见到惠特尼于本书之中分享的观点获得了鲜活的生命力。这位客户是名企业家，正在生产创意礼品卡，但是对于从何处入手打开产品的营销市场一筹莫展。她一面在Facebook上发帖，想方设法地把信息保持在置顶位置，一面撰写博文来推销创意礼品卡，着实无力聘用昂贵的营销代理。然而仅仅通过一次谈话，惠特尼的独到见解就让该企业家有效地弥合了长远战略目标与当下创造更多利润的迫切需求。惠特尼指导她如何迅速使产品获得有影响力的买家和时装精品店主的青睐，激励她参与实习以直接获取营销经验和免费的公关帮助。

谈到这里，就不得不说我为什么如此钟情于此书了，原因在于拥有本书，就好比惠特尼亲身参与到你的团队中一样！这本书内容清晰

明了、文笔优美，并且介绍了如何制订成功的市场营销计划、赢得客户，列举了制订计划的步骤。惠特尼的“获取市场的五大方法”是获取市场的法宝，为企业提供了行之有效的实践框架。遵循“获取市场的五大方法”，任何企业都能迈向成功。

拥有此书还有另外一个好处：这五大方法的实施顺序并不是按部就班、一成不变的，而是可以根据具体需求相应地改变顺序，使任何业务生命周期都可以随时随地参照这五大方法运转。实际上，企业可以温故而知新，每次参照这五大方法都能取得预期的满意效果，不论是更加专注于品牌战略的改善计划，或是在原有基础上扩大品牌影响力，甚至是于获得新知的基础上重新开始都屡试不爽。

快速地培育精明的营销理念，并将这些理念有效地应用到实践中，获取成功，这就是惠特尼精神。不论是与财富500强企业合作，还是与非营利组织携手，她都是这么做的。希望各位读者享受阅读《打破僵局：撬动疲软市场的五个方法》一书，并将自己的理念付诸实践。祝愿各位马到功成！

玛姬·温克尔（Maggie Winkel）

耐克集团营销部总监