

W6 職場實戰

売れない時代のヒットのヒント

# 逆向法則

# 創造商機

在景氣低迷的時代  
商品熱賣的靈感  
突破困境的法則  
讓你重燃希望之火！

野村正樹◎著  
王小郁◎譯

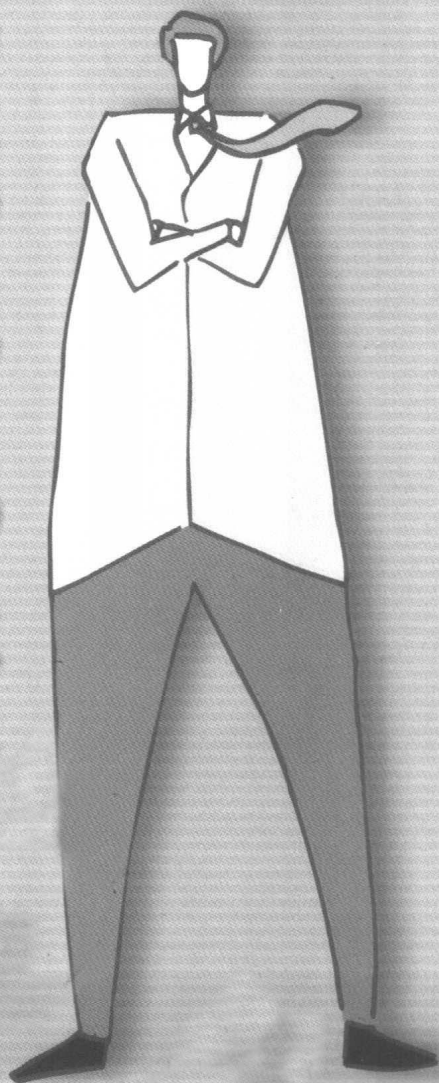


1200318619

# 逆向法則

## 創造商機

れない時代のヒットのヒント



野村正樹◎著  
王小郁◎譯





## 前言

現今，日本很多企業，幾乎毫無朝氣可言，為什麼呢？即使經營方式以「統計資料」為基準，按照「理論」來做也不會成功。因為「時代」改變了，曾經暢銷的商品，突然之間都賣不出去。除了政府束手無策，還聽到商人大嘆各種「規定」太過嚴苛。

但是一味將時運不濟歸咎於時代及社會，並不能解決問題。將責任轉嫁他人很容易，但是難道自己完全沒有錯嗎？因此，追究責任的同時，也不要忘記重新審視自己的問題。

社會和國家確實有些規範，但與社會國家規範並行的同時，還有另一個規範——那就是自己的構想、思考、行動的『自我本身的規範』，不是嗎？

如果這樣做，成功指日可待，規則是這樣的、以經驗來說這才是正確的、用那

種方法不可能成功……，因拘泥於以上那些數不清的常識、知識、經驗、體驗，反而給管理人員帶來無比的阻力、壓力。

所以才有「這樣不就錯失良機」「怎麼辦才好呢」的恐慌，讓營業人員處於焦慮、懊惱、不知所措之中，最後逐漸喪失自信。

但是在同一時代，因為具有爆炸性靈感而贏得成功的案例，同樣多得數不清。而且在那些成功的案例中，很多都是超越過去的常識、規則、弱點、無力感，而得到「意外的成功」。很多具有「一般常識的人」，在看到那些超越常識的做法時，不知不覺發出：「怎麼可能！那樣的做法、基本條件、整個環境那麼惡劣，竟然可以成功！」的嘆息。

很多「垂手可得的成功技巧」，根本無視於過去傳統的方法，成功偶而是從逆境中誕生的。

就是在這種商品賣不去的時代、企業重整的時代中，更可以學習到不適用太平時代的方法。對深陷苦惱漩渦的每位經理人和營業員，作者在此不斷為各位祈禱，希望本書是各位「恢復精神、勇氣、笑臉的良藥」。

## 目錄

|    |       |
|----|-------|
| 前言 | 0 0 3 |
| 序曲 | 0 1 3 |

第一個怎麼可能！——怎麼那樣！

### 反其道而行——帕妃法則

|                    |         |
|--------------------|---------|
| 1. 活用晚一步出發、處境不利的情況 | 0 2 8   |
| · 加斯可、伊歐恩下田購物中心    | · am/pm |
| 2. 外表不好看的熱賣        | 0 3 6   |
| · 帕妃               | · 篠原巴   |
| 3. 舊物新賣            | 0 4 8   |

- 假魚餌釣魚      · 池袋那恩加鎮
- 4. 不以大而以小、不以前而以後為目標      0 5 3
- 上海伊勢丹      · 肯那魯城博多
- 5. 不鎖定目標      0 6 3
- 倉敷地雕公園

第二個怎麼可能！耶？

## 扭轉不利條件——弱者法則

- 6. 將不幸轉換成資產      0 7 0
- 長崎縣島原市
- 7. 沒有廣告依然可以將商品擴展到世界      0 7 8
- Häagen-Dazs
- 8. 即使沒有錢也買得起高貴物品      0 8 5
- 熱帶雞尾酒宣傳活動
- 9. 借助他人的力量      0 9 2

第三個怎麼可能！——哈！

## 挑戰非常識——業餘的法則

· 妹尾河童先生和大阪朝日會館 · 電視冠軍

10. 以勇氣和全體的意見克服不利的條件 098

· 觀光國杜拜

11. 不合季節的勝算 106

· 羅德低糖巧克力

12. 即使處在困境仍可活用『原來的優點』 113

· 酒商送貨到府服務

13. 賣給絕對不買的顧客 118

· 新瀉廣受歡迎的「上善如水」

14. 沒有行銷人員銷售的商品 124

· 密思密股份有限公司

15. 沒有任何設備卻能將人聚攏 129

・臨海副都心

第四個怎麼可能！——做吧！

即使有弱點也不氣餒——醜小鴨變天鵝

16. 將弱點變成武器 138

・大阪天保山港口村

17. 靠什麼成為第一 144

・山陽新幹線、望500系  
・日果超市

18. 廢物利用 151

・自黏性貼紙

19. 單純就是好 155

・山崎純麥芽威士忌

20. 利用未知的未來 162

・魔球 (KNUCKLE BALL)

第五個怎麼可能！——騙人！

看似徒勞卻有所得——工作人員法則

21. 創造讓人大吃一驚的神話 168

· 德恩·培利尼歐恩香檳

22. 一般物品成為人氣商品 177

· 資生堂肌膚水

23. 花更多時間銷售 181

· 南部土雞亞馬達可

24. 不收費賺錢 185

· 大阪巨蛋

第六個怎麼可能！——那個？

感動人心——好人的法則

25. 「上流社會&樸素」掌握女人心 192

· 比利時蛋餅

26. 人情故事的魅力 197

· 新幹線美食御堂筋便當／湖北故事

27. 不厭煩比刺激更容易獲勝 202

· 長崎豪斯登堡

28. 以簡易傳達困難的事 208

· 電影〈女證人〉、〈魔法公主〉

29. 將肉體當作最終的銷售武器 215

· 西南航空

第七個怎麼可能！——擊中要害！

### 搔到癢處——戀人法則

30. 感官刺激可用眼睛及嘴唇品嚐 222

· SUNTORY 的雞尾酒

31. 以最大極限語言決定勝負 229

・抄襲服務業廣告的服務

32 以危險性吸引人氣 234

・梅田的空中庭園・祭典門

33 追求兒時無法實現的夢想 240

・電子雞・電車，GO！

## 結論

247



■ 序曲



突破不景氣、商業成功的靈感

I世紀末「怎麼可能！」的時代

時代到了現在，進入世紀末。所謂的世紀末，就是一個世紀最後的十年（例如一九九〇年代），和延續一九九〇年代新世紀最初的幾年。

讓我們一窺究竟，在那個年代，不論政治、經濟、社會、文化、生活，都有共通的「特色」。以前孜孜不倦培育出來的制度、系統、規則、規範……，在擴大聲勢的瞬間，或許也是崩潰的瞬間。

古老的秩序及常識無法因應時代的進步，不得已只好脫胎換骨，適應新時代的

方式。一舉破壞古舊制度，讓新制度萌芽，我們也被迫在困惑和摸索中直接面對『劇烈變動的連續劇』。

日本政治持續腐敗和混亂迷惘的狀況，深為金融風暴和企業倒閉事件所苦惱。以前應該賣得很好的商品，突然間都賣不出去了，廠商驚惶失措，不知如何是好，如此卻更加深不景氣的陰影。

但是另一方面，以前不怎麼活躍的產業，突然之間卻大展鴻圖，例如通訊、資訊、流通、服務、文化、教育、休閒……等等，一個接一個事業欣欣向榮，各種流行商品及服務都成了熱門話題。

實現上述提到的那些行業，很多原動力來自技術開發，尤其是電腦相關產業的進步非常明顯。但是，僅是電腦相關產業的進步，並不能說是『所有來源生氣蓬勃的』。



以食品業為例，到九〇年代初，一直都是如日中天的外食業，到了世紀末的今

天，卻陷入低迷不振的窘境。相反地，外帶式的自助餐及便當店，卻是一片榮景。所謂「外食」，字如其義：「在外面做的飯菜，在外面吃。」以前的主要方式是「在家裡吃飯（家裡吃飯）」，也就是「在家裡做飯，在家裡吃飯」。但是，自助餐及便當店，將「在外面做的飯菜，帶回家吃」，這是將兩者融合的行動。

這是種不同於外食和在家裡吃的新模式。為了買飯菜等，外出到有餐廳的街上，雖然有好似很美味的菜單吸引著顧客，但是「特地從家裡來到外面購買飯菜再帶回家」，可以說是挑戰金錢和時間的「浪費」行為。以從前「主婦行為」的常識判斷，這是令人無法理解的事情。

而讓外食更加簡便的外送便當，也相當受歡迎。曾經不是兩千日圓「大披薩」就不外送規矩，到現在一千日圓左右的「一份義大利麵」，也可以「特地從外面送到家」。

具靈活變化的熱賣產業群，讓十幾年前的常識產生想像不到的變化。所謂的外食、內食，對停留在「過去式定義」的人來說，最近的混亂才剛剛開始。

我在想，『時代的新臉孔』都有一個共通的法則。很多產品推銷到市場之前，大眾確實都把它視為意料之外、或是沒有道理、亂七八糟、毫無策略的行為。

精打細算的主婦及女性，『為了買貴的小菜特地出門』，就算『只外送一份義大利麵都划算』等事情，這都是過去的知識、常識所無法理解的『案例』。

所以，目睹那些成功案例，任誰都會不由自主地發出「怎麼可能！」的驚嘆，這些例子絕不只限於食品業，現在的社會，到處都有「怎麼可能！」的案例。像這種「怎麼可能！」和世界經濟不景氣及「賣不出去」、「怎麼辦」的抱怨不同，已經讓市場的買氣達到最高點。

就連現在，銷售員都應該改變以前的觀念了。世紀末是推翻過去的常識，讓特別常識昇華為常識的時代，拋棄執著於過去的常識，這是跳脫過去常識，才能夠生存下來的時代。

能夠生存下來的關鍵字就是「怎麼可能！」不是嗎？

