

企业楷模

恒大的悬念式营销环环相扣,线上线下充分融合,让消费者从好奇到期待再到参与,有效实现了品牌导入和注意力聚合,值得借鉴。

易 阳

每当新营销模式出现时,总有许多企业蜂拥而上,跃跃欲试。但尝鲜是一个极大的考验,哗众取宠的方案容易落入俗套,太没创意的方案又难以取得预期效果。

同样的营销模式,如何利用有限的资金让消费者看到自己?这就需要企业在营销手段方面多动动脑筋了。

恒大地产就独辟蹊径,用设置悬念的手段进行营销,巧妙利用消费者的好奇心,层层推进,将营销做得异常精彩。

2016 年,恒大地产在推广恒大林溪郡楼盘时采用了悬念式营销。

恒大林溪郡是全新低密住宅项目,依托楼盘周边的 3000 亩植物园,打造“环保”“绿色”“宜居”住宅。但该项目位于河北石家庄,开盘时正值全国空气污染严重、雾霾天气增多,许多人不看好这个项目。如何将劣势转化为优势?这成了制定该项目营销方案时需要攻克的首要难题。

恒大决定兵行险着,不但不回避当地

恒大地产:霾没的微笑



的空气质量问题,反倒以强调环境痛点为前提,策划一场主题为“霾没的微笑”的营销事件。

定下主基调后,营销和业务部门即刻开始准备。3 天后,也就是 3 月 15 日当天,一则“霾没的欢笑,3 月 19 日勒泰中心见”的广告牌出现在了石家庄各个公交站牌和新百广场、东胜广场、新天地等多处城市的 LED 大屏幕中。画面非常震撼:两个带着防霾口罩的孩子,眼中包含委屈和不甘,无声地向人们诉说他们对蓝天的渴望,这样的

画面触动了人们的共情心理,激发了人们内心深处对蓝天的渴望。

该广告最初是以“无主广告”的形式出现的,大家都在猜测这是哪个品牌的创意,朋友圈迅速被刷屏。求真相、求解释,层出不穷的揣测,掀起大众对于广告牌的好奇。

此时,恒大地产第一阶段的目标——激发人们的同理心和好奇心的目标完美达成,接下来就是第二阶段的趁热造势。

恒大地产随即在当地各个主流媒体——搜房网、腾讯房产、银河房产网、今

日头条等平台进行广告投放,不同角度全时段的报道使得该事件高潮迭起,仅 4 天,话题阅读量就超过 10 万。

第一阶段和第二阶段的目标达成后,就是第三阶段的揭晓悬念了:3 月 19 日,石家庄勒泰中心,几十名穿着印有“霾没的微笑”字样 T 恤、带着防霾口罩的工作人员以静坐的形式,在勒泰中心向到访者展示着恒大林溪郡保护自然环境,为人类提供环保舒适的居住环境的立意。

展示区的背景板上写着:雾霾、环境的恶化,关乎每一个人的健康,但我们也是环境恶化的制造者,静坐下来,以安静的态度,反思我们破坏环境的种种行为,向各种污染生态的行为发出我们的抗争,让更多的人认识到生态环境的重要性;关爱环境,人人有责,从自己做起,从身边做起,从娃娃抓起。这些文字引发了市民的共鸣,19 日当天,到访恒大林溪郡项目的人数高达 10000 人。

除了线下活动,恒大地产利用项目官方微信平台继续发声,推出环保倡议书;地推方面,特别定制的“我希望,星星都在,蓝天很蓝”宣传海报铺遍整个石家庄。

恒大的悬念式营销环环相扣,线上线下充分融合,让消费者从好奇到期待再到参与,有效实现了品牌导入和注意力聚合,值得借鉴。

经营方法

先送一半

陈亦权

上世纪 50 年代初,一个名叫土桥久男的小伙子进入了东京的则武陶瓷公司做销售。

因为土桥久男精通英语,公司就把他派往美国纽约开拓新市场。则武陶瓷大多以生活用品为主,可是生活用品在哪儿都不欠缺,怎样才能吸引消费者来买呢?土桥久男想来想去,想到了一套奇妙的销售策略——先送一半!

土桥久男是这样操作的:他先和超市商场谈入驻事项,然后免费向顾客赠送 4 个咖啡碟子,短短半天时间,400 套碟子共 1600 只就全送了出去。土桥久男让他们第二

天又来这里,因为还有东西要送。第二天,那些领到赠品的顾客果然又来了,土桥久男又送给了他们 4 个咖啡杯。

这时,那些顾客手中就共有了 4 个咖啡碟和 4 个咖啡杯,事情到这里就结束了吗?当然没有,这才做了一半呢!一个礼拜后,土桥久男正式将全套的咖啡餐具摆放在了出来,除了送出去的两个部件外,糖罐和调羹碟也摆出来了,人们一看摆齐了的餐具后才发现原来它是这么精美。就在“必须要凑齐四件”的心理中,人们纷纷购买,结果短短三天时间,400 套餐具就全部卖光了。最富戏剧性的是,他们后来买走的另两件的价格,其实把此前领去的两件也包括在了里面。

一时间,土桥久男的陶瓷品名声大噪,特别是他那套“先送一半”的销售智慧,更是让纽约本土的销售员们目瞪口呆。就这样,美国市场被土桥久男给顺利打开了!

甜蜜的辞职信

清风慕竹

克里斯·霍姆斯是英国斯坦斯特德机场边境管理局的一名官员,他工作很认真,因此受到机场老板哈珀的赏识,不断加薪、提职。一个雇员所能享受的待遇,他都得到了,可这反倒成了他的烦恼。

原来 31 岁的他当上了父亲,而他每天却有长达十一二个小时不能和孩子呆在一起。他喜欢和家人享受快乐的时光,而且他从小就酷爱烹制蛋糕,他的理想是成为一个蛋糕烘焙师,开办一家属于自己的蛋糕店。尽管难以开口,霍姆斯还是做出了自己的决定,不过他想出了一个绝妙的办法。

第二天,机场老板哈珀一走进办公室,就发现桌上摆放着一个白色的蛋糕,上面用黑色的奶油写满了字。他很奇怪,只见上面写道:“今天是我的 31 岁生日,最近我才刚刚当了父亲。我意识到人生是多么的珍贵,花时间

去做一些让我和其他人高兴的事情是很重要的。因此我决定辞职,让我能全身心地投入到我的家庭,和我在过去几年已经发展得很稳定的蛋糕事业。我祝福我的公司和同事,并且如果你们喜欢这个蛋糕的话,以后可以上 www.mrcake.co.uk 订购哦!”

这是哈珀见过的最美妙的辞职方式,他不由笑了,当即同意了霍姆斯的请求,并且和同事一道分享了这封甜蜜的辞职信。临走时,哈珀拍拍霍姆斯的肩膀,笑着说:“祝你在新创业过程中一切顺利!”

后来,这封蛋糕辞职信的照片被霍姆斯的妹夫传到网上,并配上一个标题“当甜心先生遇上厨艺大师”,立刻引起了轰动。当地电视台登门采访,霍姆斯说:“因为要开办一家蛋糕公司,我想给他们留下一个纪念品,让他们记住我。我想老板一定会感到惊喜。在企业收到的所有辞职信中,这也许是雇员离职的最美好方式。我希望他们能愉快地享受蛋糕,也能愉快地接受我的辞职。”是的,在这个世界上,即使最坚硬的心,也总会有一个柔软的地方。有谁能拒绝得了一个充满了甜蜜情意的请求呢?



为失败的产品办博物馆

刘云利

1973 年美国经济出现“滞胀”,一些公司受到严重冲击,这其中就包括以生产玩具著称的美泰。女老板露丝整日愁眉紧锁,但毫无良策。一天,露丝在员工大会上忧虑地说:“我们的产品卖不动了,看来必须转型开发新产品有谁愿意毛遂自荐承担重任呢?”

面对困境,大家面面相觑。谁知,几秒钟后,一个尚在格子间办公的年轻人勇敢地站了起来。他摇摇头,耸耸肩,不解地说:“不,老板!这是我听见过的最不会发生的事情。产品的生命会比我们都长。”这个年轻人的说辞震惊四座。

“是吗?那你有什么高招?”露丝用质疑的眼神看着他。年轻人坚毅地说出了自己的想法:“老板,我申请为失败产品办博物馆。”“这绝对不行,这不是自曝家丑吗?”露丝对这个主意显然很生气。不过年轻人显得很自信,他表示可以打包票。

最后,露丝妥协了,心想那就死马当活马医吧,于是同意了他的意见,为失败产品开办一家博物馆。在博物馆里,他毫不吝啬地挂展了 200 多件不受消费者欢迎的产品。这些产品,或价格昂贵,或款式不新,抑或其

他原因而受冷落。公司很多前辈都想看年轻人的笑话,没想到前来参观的人络绎不绝。

三个月后,他拿着厚厚的笔记本走进了露丝的办公室,露丝看了他的笔记本后,居然忘情地舞蹈起来,还一个劲地称赞说,完全没想到你居然有这样的智慧。露丝又第一时间把设计师找来,向他们讲述了笔记本上的内容,随后设计师的才思犹如泉涌。

原来,他天天都到博物馆去,全身心地泡在那里。对前来参观的人,他总是满脸虔诚地鞠躬致谢,手里时刻不离一本破旧的笔记本,随时向参观者征询投诉意见、建议,了解消费者的需求。短短三个月,他就寻得意见 500 多条,比展出的产品都多,他也因此获得了大量的需求信息和市场经验。这次他的大胆和自信深深地吸引了露丝的关注,从此以后,他平步青云,主抓公司的业务。

正因为研究失败的花朵,才赢得成功的芬芳。这家公司就是著名的生产芭比娃娃的美泰公司,这个年轻人就是汤姆·卡林斯克,他也因为让美泰打了一个漂亮的翻身仗,而被业内称为“芭比之父”。如今的芭比娃娃早已不仅仅是一种玩具了,业已成为流行和时尚的代名词。为失败产品办一个博物馆,一个多么智慧的决定。

有抱怨就有商机

佚名

万通地产董事长冯仑在中欧商学院演讲时又谈到女人:投资这件事,实际上要有女性思维,而不是男性思维。因为女性思维总是在对焦,她是一种“终身大事”思维,男性有的时候就不是这样的思维。而女性总是在安全环境下去想享受的事情,男性有的时候享受完了才发现安全是有问题的。“安全第一”是投资的一个要素。创业其实也是一种投资。

另外,冯仑还认为要像女人对待终身大事一样选择合伙人。“创业相当于人生,个人觉得更像女人的人生,不像男人的人生。我们老说投资的事要用女人思维,不能用男人思维。你看《非诚勿扰》这种相亲节目,女的一见到男的,就把这事与终身大事联系起来。但是很多男性思维,总是说先谈着再说。”

传奇投资大师彼得·林奇在选股时,特别喜欢亲自从生活中感受公司产品的好坏,如果不能亲自感受,他也会问出名堂才肯罢休。他的投资名言:“我宁可买太穿的丝袜的公司股票,也不愿意买看不太懂的科技公司的股票。”

从思维的角度看,男人是没有进化好的女人。总之,最近关于“女性思维”的研究成为新潮流,有观点认为,互联网时代,女性思维更有利于创业。有一个笑话,说的是一家箱包生产企业准备设计一款更贴近消费者的女用包,就派出市场人员去调研,发现女孩子每次从包里找东西都显得非常费劲,所有的数据都证明现在的女包设计不合理,应该有更多的隔层。于是,企业马上推出了一款有更多隔层的女包投放市场,广告也没少打,市场就是没起来。企业只好求助营销专家,专家一通研究以后发现,原来是女人就喜欢享受从包里慢慢找出东西的过程。

“女性思维”天然就是情感导向和体验导向的,并不太需要经过逻辑论证,凭借本能的直觉反应作出判断,知其然,但不需要知其所以然。女性思维是一种感性思维,但长期以来,感性思维一直都是创业的大忌。因为,过去的创业,必须精于功能的设计、成本的控制、流程的管控、政商关系的处理,理性、精明,是创业成功的必备素质,甚至也是唯一的素质。

但是在今天,光有理性并不管用了,至少不足以让你成为一个很牛创业者,因为今天的创业,除了要考虑你的技术和运营能力,更需要你具备洞悉人性、洞察用户心理的能力,需要你“像一个女人一样”去思考、感知和体验,即善解人意。

创业者要有“同理心”,更缩小范围地说,就是同“女”心。要在乎、关心,甚至感同身受女人的体验、思维方式,以及她们的抱怨。有一个观点是:抱怨就是第一生产力。

一个清华研究生,在淘宝从事几年研发工作后,放弃稳定的收入,决定创业。做什么?利用 O2O 与移动互联网,专门卖“水果切”。就是把不同种类、洗净切好的水果按照订单送到客户的嘴边。效果如何?三年时间,年收入已过千万,并在近日刚刚完成了新一轮融资。

互联网在本质上是一种先进生产力,最大的价值就是改造落后的生产方式,说到底,就是解决某一点上的真实问题。比如女人的困难与抱怨,女人敏感,她的抱怨就是“市场痛点”。

有人抱怨租房难,58 同城就来了;有人抱怨打车难,打车软件来了;有人抱怨利息少,余额宝来了……看看每天互联网上抱怨的事情,那都是机会,要学会将别人的抱怨、投诉、不靠谱的地方变成你的机会。所以,不要小看女人说“讨厌”,她的“讨厌”或许就是机会、卖点、创业的切入点。

/公/益/广/告/

