

低成本营销：没有外脑失败等着你！PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E4_BD_8E_E6_88_90_E6_9C_AC_E8_c123_288310.htm 2006年的中国营销战场，依旧是烽烟四起，企业生存与消亡往往只是刹那间的事，人员更替也是层出不穷，众多企业如何在困境中寻找出路、如何走出有特色的发展之路，就成了部分中小企业的当务之急。营销，也成为众多企业的“科研课题”。蓝哥智洋团队从事营销行业多年，在经过深刻的反思与探讨后总结出：在产品日益同质化的今天，企业与企业的竞争归根到底就是营销的竞争。一提及营销，价格战、广告战、渠道战、终端战、服务战等纷纷登场，我们究竟如何来参战呢？一谈到案例，就是可口可乐、宝洁公司、麦当劳、戴尔电脑，一说大师，往往韦尔奇、科特勒，国际企业的案例、大师的风采真的适用于我们本土企业吗？营销概念从4P到6P、8P，又到4C、4R，从细分再到定位。其实，企业间的竞争最终就2个字：“创新”。当大家都在用时髦的字眼做营销时，当人人都在用常规营销手法时，我们会觉得价格越卖越低，费用越来越大，营销人员抱怨越来越多，利润越来越少，管理者压力越来越大！那么有没有低成本的营销方法呢？与此同时，蓝哥智洋团队提出的“低成本营销”概念走俏医药保健品市场，为众多企业的“起死回生”做出了重大贡献。但是时值今日，当低成本营销成为众多企业追捧的目标时，却又陷入了“误区”。蓝哥智洋团队在调查中发现，大部分企业所实施的低成本营销都是“自给自足”的营销，没有向专业的咨询策划公司讨教咨询，因而陷入误区而不自知，才会导致

企业整个停滞不前。在此，蓝哥智洋专家郑重提醒企业，进行低成本营销，必须借助“外脑”，否则，成功也只是一个偶然！企业策划低成本营销的“先锋连”！进行低成本营销的企业最常犯的一个错误就是“自以为是”，不相信外力的作用，当然这与我国咨询策划行业的发展有关系。据中国国际健康科学研究院调查显示：中国有43.2%的企业希望能将企业的内部管理全部委托给策划咨询机构和“品牌顾问”，这只是占少数部分。因此有研究人员认为：由于策划咨询在我国的发展起步较晚，所以大多数企业对策划咨询还不太熟悉，因此遇到需要策划宣传方面的事时，较为倾向于全部委托给策划咨询机构或品牌顾问来操作。有些企业自身有策划部门来完成公司的一些企划活动，但为了不断创新、赶上时代的发展趋势和更好的发展，他们会定期让专业的策划咨询机构或品牌顾问进行一下指导，提升自身的实力。咨询业发展的进程限制了部分企业的发展，对于低成本营销的企业来说，企业营销的策划力、培训力往往直接就决定了企业营销的成败。没有强有力的专家组对企业进行系统化、专业化的策划、培训，企业的营销就会失去方向。同时市场发展变幻莫测，策划专家必须根据不同市场条件制订不同的发展计划。因为专家组策划打造出的开发模式往往就是整个企业营销的主线。当然，有些模式既可以单独执行，也可以混合使用。所以说，策划模式的可行与否，执行人员能否有效执行，对细节进行很好的把握，这样才能真正发挥出该策划模式的市场销售力。以上可以看出，企业如果进行低成本营销，必须有一支强有力的策划队伍，因为这是整个企业发展计划的先决条件，决定着企业的成败，从这个方面可以讲：企划，是

企业进行低成本营销的先锋队！团队执行低成本营销的“加强团”！企业进行低成本营销时，有了好的策划，接下来做的就是企业人员的执行力了，实战出效益是重多企业奉行的信条。从现代营销来看，企业的营销方式层出不穷，而且随着市场的变化，高层决策往往瞬息万变，那么这就需要一个强执行力的团队来执行。正如美国一本颇为流行的书《把信送给加西亚》中所描述的罗文一样，企业要求每一个员工都能够有足够的执行力。这也是决定企业成败的关键。翻开医药保健品发展的史书，众多失败的典型历历在目，其中一个重要的因素就是团队力凸现不出执行力，从而使企业在营销过程中处于被动劣势地位，进而导致企业的失败。总的来讲，团队是促成企业成败与否的关键因素。战略定下来后，搭建企业队伍成为首当其冲任务，通过对企业内部人力资源进行盘整，对企业队伍进行优化组合，才能进行接下来的步骤。同时，团队人力资源配置和内部管理一定要合理化。人员的素质、组织框架，企业的内部信息流程、奖惩制度，通过奖优惩劣，做到企业公平公正。企业万不可急功近利，急于一时的利益而忽略团队的管理和建设，急功近利，往往功亏一篑。数不胜数的例子证明：如果企业只草草招聘一班人马简单培训后就让他们“上战场”，在短期内不出成果，员工志气势必大大削减，而且连市场前期投入也打了水漂儿。因此，中小企业应立足实际，遵循建立一支实战团队，由专家组全程市场策划指导，才可真正的使团队起到“加强团”的作用！企业管理低成本营销的“增援队”！随着科技和社会的高速发展，企业面临的社会越来越复杂，影响企业发展的因素越来越多，因此未来的企业管理将是非常复杂，极有挑战

性的工作，这对企业的高层管理者提出了极高的要求。因此如何提高企业及高层人员的管理水平，就成了企业的重中之重。而就我国大部分企业（国有企业除外）的现状来看，在企业管理上有很大的弊端，一个企业的成长及发展需要有专业的管理这是一个不争的事实。从我国企业的成长历史来看，经历了市场经济的风风雨雨而生存下来的企业，就必然有其对于企业与社会发展的深刻认识和把控能力，就必然有自身一套经得起考验的经营哲学，就必须有能够承受危机、承受压力的能力，并且同时还必须有对市场的敏锐感知力和未雨绸缪应对危机的能力。但是，有多少企业能够“自产自销”？何况那些实力薄弱的中小企业，自身发展尚且自顾不暇，更不用说花时间来构建企业管理体系了，只能把别人已成形的东西拿过来给自己使用，但是这又出现在另一个弊端，大哲学家苏格拉底说过：人不可能同时踏入两条相同的河流。也就是说一套制度不可能同时适用更多的企业。这就使得企业面临一个非常困难的抉择，是企业自身进行管理制度的完善？还是借助外来力量促进企业的发展？事实证明，对大部分中小企业来说，后者才是正确的选择！只有借助外力进行企业自身的管理，才使得企业前期的发展有了“增援团”，企业没有了后顾之忧，才能神速发展！100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com