

《武林外传》给企业营销的启示人力资源管理考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao_ti2020/517/2021_2022__E3_80_8A_](https://www.100test.com/kao_ti2020/517/2021_2022__E3_80_8A_E6_AD_A6_E6_9E_97_E5_c37_517128.htm)

[E6_AD_A6_E6_9E_97_E5_c37_517128.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/517/2021_2022__E3_80_8A_E6_AD_A6_E6_9E_97_E5_c37_517128.htm) 一、道德第一 坚守诚信 同福客栈在七侠镇名气响当当，尽管佟掌柜市场抱怨生意不好或者经常因为店里的事情吓跑客人，但是仍是当地最有影响力的客栈，生意好不说，还落得好名声。客栈的设备很简陋，厨子的手艺也不是很出众，估计客房的数量也不会太多，也没有一些“高档”的富有享受型的服务，可就是这么一家客栈却赢得了很多同行的嫉妒。嫉妒同福客栈的生意、名声以及顾客的忠诚，为何会这样，掌柜的自己也许也搞不清楚，其实道理很简单却常被我们忽视诚信。从掌柜到下面的每个伙计（除了莫小贝这个小P孩），尽管都有着这样那样的毛病和缺点，可是在对待顾客及当地百姓这点上，做的真是无话可说。诚信现在都在讲，成了一个很多人在讲但是都是讲给别人听的道理，中国的伦理道德观念与现代管理包括营销并不矛盾，简单朴素的道理人人皆知却未必能做到，其实正是这些简单的道理才有持久的生命力。在现代企业营销中，营销不仅仅是一项技能，其实营销的策略也好方法也好无论做出什么花样，都是一个企业背后经营的冰山一角，而支撑起这座冰山的一个重要力量就是诚信。企业经营都如此，更况营销乎？所谓小胜靠智大胜靠德，正是这么个道理。

二、善待你的员工 企业的经营和管理纵使有再细致入微的计划，最终都是依靠人来实施和执行的，营销环节也是如此，离不开一帮辛勤而忠诚的员工为你效劳。在这一点上，佟湘玉掌柜的做的真的是没话说，下面的个个伙计个性分明，

虽谈不上身怀绝技，但至少也是各有所长，更关键的是，在大是大非的问题上，能站住脚跟。掌柜节俭并不吝啬，在关乎伙计健康、安全的重要关头，表现出老板少有的慷慨和仁爱，以至于众伙计在受不了委屈后假装叛变，在掌柜心灰意懒知识，伙计一路杀回来，让掌柜的感动的真是热泪盈眶，同时让竞争对手的阴谋失败，也打击了对手的气焰。企业营销有时候并不是需要直接的拥有多少顾客，而关键看你与竞争对手比较起来你能分得多少，这种关系就是典型的此消彼长，通过赢得对手再而赢得顾客继而赢得利润，曲线救国的方式也正好应正欲速则不达的道理，而这一开始，都是因为你拥有一帮肯为你拼命生死不离的铁哥们员工。在现代企业经营过程中，把员工当作一种普通的元素，当作人力成本，忽视人力资源的精神属性和感情归属，纵使能提供再好的经济回报，也未必也真的留得住员工，尤其是从事营销工作的员工，员工流失成为困扰老板们的头等头疼问题。考|试/大企业管理和营销是一种经济活动，但是经济活动本身并不是全是经济元素，善待员工，用合理的回报，外加精神上的抚慰，那样留住的不仅仅是员工的人，更是员工的心，心若在，梦就在嘛，一个留不住的员工的企业是很难留住顾客的。无疑，佟掌柜用她的仁爱，留住了给这帮愿意为她生死不离的伙计。

三、良好的公共关系

佟湘玉的同福客栈在当地名气确实够大，致使很多人是慕名而来，在当地及局部江湖有一定的影响。尤其是在七侠镇，可能一是因为掌柜还有几分姿色，二是掌柜有一颗仁爱的心，镇上很多人都在夸佟掌柜的好得不得了，在百姓心目是难得的好人。此外，佟掌柜很懂得与衙门保持良好关系，一方面平时守法经营规矩纳税，另外

一方面与在剧里一直未曾谋面的背后人物娄知县保持着良好的个人关系，当然还包括衙门里老邢和小六，与衙门关系好了，很多事情就好解决了。良好的公共关系使这家客栈虽多次经历风雨但都是相安无事，百姓的拥戴，衙门的关照，让佟大掌柜经营得如鱼得水。在现代企业营销中更是如此，树立企业在公众中形象非常重要，产品和服务竞争激烈，让顾客偏偏选中你，凭什么？除了你的产品和服务的本身功能之外，更胜人一筹的就是附加价值，也是就是企业产品和服务的公共形象，说得更俗点叫品牌。品牌的形成是漫长的过程，一点点积累起来的，需要细心照料，企业要爱，消费也是关爱有加，继而拥有了特定的忠诚客户，即使在企业经营中遇到危机，这些忠诚客户的态度也能给企业起死回生莫大的支持和鼓励。与政府处理好关系就更不必说了，多纳税解决就业问题，这是在帮政府的忙，所以政府也不会无故来找茬，再加上私下的一些交往，我就不必说了。所以关系营销的威力真是不小啊，建立和保持良好的公共关系重要性不言而喻。

四、借助事件营销 同福的几个伙计中，个个都是能折腾的主，而这其中，老白更是显得异常活跃，尽管很多时候不以盗圣自居，表现的还算低调。从他在鸡王争霸赛中的表现可以看出，老白绝对是块做事件营销策划的好料子。从选手的报名到参赛方的赞助到最后名次与奖项的设置，包括竞赛规则的制定以及“解释权归主办方所有”的巧妙运用，都是现代事件营销学习的范本。对赞助选手要进行关照，可是又要分个名次，实在是一件很难的事情，老白与伙计合计后，在规则上做了新的文章，通过一些近乎挑剔的苛刻条件来筛选选手。考|试/大在竞赛后选手出现意见时，老白化解公共危

机的能力再次凸显，给每只鸡封了莫须有的名誉诸如“最佳新鸡奖”“最佳下蛋奖”“最佳打鸣奖”等，再给各鸡的脖子上挂块奖牌，皆大欢喜，圆满收场。事件营销是企业营销中常用的一种方法，主动的造势或者借助当前形势，把自身的产品和服务与这些事件联系起来，得到共同的关注。营销的过程充满各种变数，太平淡和顺利反而不是一件好事，越是波浪起伏，越是发展迅速，所以当一个企业的经历了一段时间的沉默期后总会或多或少的制造一些“事端”，如空调白皮书事件、矿泉水与纯净水大战等就是典型的“造势者”，另外，“借势”则是更多企业善用的一种方法，奥运在这方面的启示更多。当然，事件营销的最高境界那是来去自如，迅速的介入一场事件，而又能快速平息事件，从中抽身。

。"#F8F8F8" 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