

营销人的“六脉神剑”

文 | 路毅

专栏作家介绍：路毅，河南省郑州市新华书店有限公司营销负责人，经济学硕士，具有14年实体零售营销实战经验，开创“实体零售媒体属性”营销理论，提出“渠道窄化、地域稀释”等观点，并建立了对应的方法体系。2008年被评为“全国书店优秀策划人”5强，2016、2017年其营销案例连续被评为“全国书业年度营销金案”。2017年9月路毅先生运作大冰郑州站签售会，8500人排队，再次刷新了由其团队保持的单人单场作家签售排队最长全国纪录。2018年3月，其策划的门店开业宣传推文20小时单篇阅读量破“10万+”，创造书业营销宣传新纪录。

在金庸先生的武侠世界里，有一门内外功合二为一的武功——六脉神剑。运指为剑，内力外发，以剑气伤人。这很像营销人，要把内在的思考和创意转化为外在的营销手段，把内在抽象的品牌价值体现为具体的服务形象。

那么，我们营销人要怎样练好自己的“六脉神剑”呢？

“勤”——把勤奋放在首位，因为它是营销人能力之根基。它决定了“改进工作、提升效率、自身成长”的可能性。洞察市场变化的前提，是大量阅读；了解顾客需求的前提，是反复沟通；优化业务流程的前提，是深入一线……没有任何一点进步，能靠闭门造车和固步自封来“躺赢”。在游戏中，你可以满足于偶然幸运。但在工作中，偶然之外的大部分时间才是常态。曾有好朋友让我给个速成的法子。于是，我列了营销人的每日任务清单：每天有效阅读量超过5万字，每天和5个以上顾客或合作伙伴面对面交谈，每天至少思考一项改进工作的方法，每天和团队伙伴一起放声大笑，每天提前到岗15分钟整理工作环境和自己的思路……

“快”——天下武功，唯快不破。

10月30日，著名武侠小说作家金庸先生逝世。惊闻这个消息的时候，我正在外地出差开会，看手表是19:10。我迅即和团队联系，核实消息并以最快速度设计纪念查先生的大型展板。事逢突然，大家都已下班。小于联系制作厂家，芦雪设计展板画面，智文搜集素材和有关信息，我思考展板主题。

四个人相隔1070公里，分工协作。展板最终设计定稿，已是22:20。由于网络上关于金庸先生的高清素材太少，耗费了很多搜索时间。即使如此，制作厂家老板收到我们的设计稿，心情也难以平复，赶工做完已是凌晨。次日上午10:00，我们在旗舰店迎门展台布置好主题展板。10:30省电视台赶来采访，记者也没想到纪念主题展出如此之快。“有华人处读武侠，侠之大者举金庸”——大型展板在电视新闻镜头里，无声诉说我们复杂的心情。我在朋友圈里写道：这次不为商业，这次为了送别。



四个人相隔1070公里，分工协作。展板最终设计定稿，已是22:20。由于网络上关于金庸先生的高清素材太少，耗费了很多搜索时间。即使如此，制作厂家老板收到我们的设计稿，心情也难以平复，赶工做完已是凌晨。次日上午10:00，我们在旗舰店迎门展台布置好主题展板。10:30省电视台赶来采访，记者也没想到纪念主题展出如此之快。“有华人处读武侠，侠之大者举金庸”——大型展板在电视新闻镜头里，无声诉说我们复杂的心情。我在朋友圈里写道：这次不为商业，这次为了送别。

“简”——营销不是花架子，所以要删繁就简。这个简，是传播有力，是直击人心，是

务实高效，是目标明确。在合理设定营销目标之后，减少所有对目标转化没有帮助的环节、对信息传达无用的元素、对落地执行干扰的事物。然后，反复推敲需要传递的主题理念，使之足够简短，足够响亮。同时，在资源投入和人员配置上要足够精简。因为“兵多”不如“兵精”。多余的人员和资源，反而会让大家有依赖、怠惰之心。这里面也有“爱惜人工”的考虑。人，是事业最核心的要素。大到一个集团，小到一个部门，都应该尽可能减少员工的无效劳动，认真保护员工的好身体和好心情。这样才能真正赢得大家的归属感。

“远”——虑事长远，提前布局。一方面，在移动互联网环境下，市场环境、顾客心理、传播手段、商业模式，都在快速迭代变化。尽早发现，尽早实验，尽早掌握新的营销技术和营销工具，是对营销人的全新挑战。一方面，具体营销动作要符合中长期营销目标，既减少不必要的资源浪费，又使未来收益更加集中突出。另一方面，趁新领域门槛低、竞争少，提前进入，提前树立优势，会使营销成本大大降低。营销也要讲布局，因为营销资源总是相对较少的。把营销重点放在潜力板块上，会提前为我们赢得重要的市场份额和战略资源。

“悟”——悟不是总结，是突破。营销是创意密集型工作。这意味着单一拷贝复制，是无法在市场上夺得先机的。营销人要培养自己深入思考的习惯，对每一个新的市场情况都积极寻求新对策。获得突破的方法很多，跨界向其他行业学习，就能得到全新的视野和方法。比如，金庸武侠中很多厉害武功都是取材于书法、音乐甚至是自然界的动植物。2014年，我第一次提出“实体书店具有媒体属性”，就是把书店与媒体进行了跨界对比，从中发现了经营上的相通之处。悟，是勇于推翻自己、否定自己。只要是更符合经营实际的方法，就毫不犹豫地纠正自己的老印象、老经验。小说中很多武痴高手，就是在不停突破自己，而且乐此不疲。

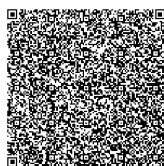
“决”——营销人要培养果决的性格。市场机会一瞬即逝，把握机会除了思考周密之外，最重要的是行动果决。营销人很容易掉入完美主义的坑，总想让各项准备面面俱到，或是等待最完美的“机会”。殊不知，优柔寡断是营销大忌。再巧妙的策划，一旦错过时机，也只能落得个竹篮打水。我仰慕乔峰，在突逢丐帮巨变，众叛亲离之时，仍能冷静果决，把握重点，各个击破。更喜欢赵敏，在爱憎分明之中，临机决断，勇敢担当。

借先生之文脉，强我辈之武功。
山长水远，大侠千古。



营销实战专家路毅，独创“实体书店媒体属性”理论，并从2017年5月起，在《开卷文摘》撰写营销专栏。本文为第17篇连载文章。欢迎交流，作者新浪微博@路毅在路上。

注：文章仅代表作者个人观点。



扫描上方二维码阅读
《营销人的“六脉神剑”》



扫码添加作者微信
加作者为好友