

市场营销和商品推销是一码事吗？

原创 王德生/秦莉 三视角心雨 2020-08-12 22:46

(括号里为互动学员的回答)

(整理:暖同学)

我们开始5天的三视角市场营销智慧体系的学习。

第一讲:市场营销和商品推销的不同和关系

问题:

如果有人问你:

三视角到底是什么呢?

你会如何回答才能吸引他?

这是推销三视角会碰到的问题。

大家思考一下,

这是推销产品的第一步。

(认知升级、学科融合、思维创新的底层逻辑)

(智慧生命体)

显然二位都不会做推销, 是不是啊?

你们缺少客户视角, 是不是啊?

(打造创新人才, 学习型组织的思维赋能智慧)

(是可以帮助我解决问题的一把利器)

你要看看谁问你, 客户是谁?

(嗯 要针对对象)

(是, 我看谁问, 看人下菜)

这就要回到市场营销来看问题。

(分家长、学生、职场高管、老板, 分别回答?)

对!

市场细分。

刚才大家在8群吗？

看到我是如何推销的吗？

有没有痕迹啊？

(没有)

我首先是踢人。

这王教授根本就不会做推销。

推销要和气生财，要柔和。

后来我是不是推销了很多啊。

比如一个大学生，我是如何说的？

我是不是和他共情啊？

他很痛苦，我和他分享我的故事

推销一定要从情入手，带着爱心，

体会对方的痛点，然后针对。

(这让我想到，小区推广保健品的业务员，全是打感情牌)

现在我们模拟一下：

我是大学生，

你们是三视角推销员。

请问各位专家：

三视角是什么呢？

你们不知道我是什么身份。

(先问他现在大几？现在在做什么？)

我在你们的群里，被朋友拉入。

(您是学什么专业的？)

你们不知我的身份。

(1.英语四六级过了吗？

2.你们专业就业情况好吗？.....)

你们不知我是大学生。

应该怎么问我呢？

(先询问对方的职业？)

(三视角可以帮助你各个方面，你有哪方面的需要吗？)

(问怎样被拉入群的？)

(请问，你有听说过三视角吗？)

(请自我介绍下，新人报道。)

(您好，有什么需要可以帮助您？)

你们知道顾客三个视角吗？

Gain

Job

Pain

你们要想办法知道，

我最想得到什么？

我正在干什么，想得到它。

遇到了什么痛苦？

这样才能开始推销的第一步。

大家说说，如何才能得到呢？

要学会对话。

大家看看我在8群是如何对话的呢？

我为何说美学艺术呢？

(因为群里很多学艺术的同学？)

不是。

有谁做过推销员吗？

因为那个人的微信名有美字，也有画字。

(妙)

(获取尽可能多的信息)

不要试图一次推销成功。

今天晚上我的讲课是不是一次推销啊？

(不是)

也是。

比如如何讲解：

Pike教授和三视角语言学呢？

从专业视角，我会怎样讲呢？

大家猜想一下吧。

如果是一个语言学家，

他的讲解和我不一样的。

我作为企业家，应该如何讲解呢？

(肯定不会从专业视角讲，面对的顾客对象不是专业人士，会从类比入手)

不是的。

(从分布视角)

你有点开悟。

我既要从专业视角，也要从实用视角，还要从分布视角，即会对中国人学习英语产生哪些益处，解决哪些问题。

顾客三视角：

Job

Gain

Pain

明白了吗？

(明白)

—

市场营销分为三个视角。

大家知道吗？

市场营销的本质是创造一个生命体。

什么样的生命体呢？

大家回答一下。

(彼此获利的生命体(共赢))

彼此是谁？

(企业、顾客、社会)

市场营销的目的是建立企业和顾客的二元互流生命体。

彼此通过知情意的互流形式进行真善美的交互，

建立互相的信望爱桥梁！

所以市场营销有三个视角：

- 1.营销创新
- 2.营销管理
- 3.营销教育

什么是营销创新呢？

而推销只是属于营销管理的一部分而已。

大家明白了吗？

（这个是不是也是企业的宗旨？德鲁克说企业的宗旨是创造客户）

对！

我们就是细化，

创造新的二元生命体。

（能不能把二元改成叫共生新生命体？）

共生更好。

这主要是企业的产品服务的真善美如何和顾客的对应。

营销管理是什么呢？

（营销管理是完成营销的过程）

（计划，组织资源，激励，评估等达成营销的目标）

就是如何建立这个共生生命体的过程。

（对）

（是管理企业的知情意活动，去满足客户的知情意活动）

不是的，而是企业和顾客的知情意交流。

主要是推销过程。

如何进行知情意交流，

从而达到关系的建立？

(我不是很明白，为何营销不是为了满足客户需求，而是创造顾客)

你是不是被我创造出来的啊？

一开始你会需要三视角吗？

(自己觉得不需要)

对！

营销教育是什么呢？

(这是推销产品的第一步认知升级、学科融合、思维创新的底层逻辑)

(维持顾客关系？)

不是。

(拓展新客户)

营销过程需要一个推动力。

(找到顾客需求)

不是。

(企业和顾客的信望爱的建立)

对！

营销教育就是如何进行心与心的影响。

管理是具体过程，

教育是推动力，

不同视角的描述。

不同的营销教育策略会产生不同的营销管理方案。

营销教育是营销的分布视角。

产生推动力，

比如通常的营销教育就有促销。

三视角营销教育和普通的教育一样，

无痕营销，

创造性营销，

场营销，

三个视角。

知道是什么意思吗？

我们的很多三视角黄埔学员的推销是不是都是在一个场里面完成的吗？

你们大部分人都是被我从一个场里面感染，做出决定的。

我是不是经常在你们兴奋不已的时候，就宣布优惠价格。

（无招胜有招）

记得布道大会吗？

（呼召）

很多人，就一起来吧。

三

创造性营销是什么呢？

（不间断地增加新客户）

不是的。

（创造更多营销的方法？）

不是。

(吸引客户带来更多客户)

(找到顾客需求，提供顾客服务渠道)

(创造了新的需求或者挖掘了潜在的需求，创造了新的生命体，或者生命体得到了更新！)

(细分市场)

不是的。

(创造性营销是什么呢？企业和客户一起构建新的生命体？)

创造性营销说的是，顾客的每个抉择都是自己主动建构的，不是被逼的明白了吗？

都是顾客自己很喜欢的，
没有任何强力推销的模样，
和创造性学习一样。

具体的技巧有软文营销。

一个心动故事见证让你流泪。

然后呢？

刷卡

建构式营销更好，就都是顾客主动的。

这样的营销的本质就是无痕营销，
看不见的营销教育。

(那应该如何反营销呢？)

好的东西为何要反呢？

(你不接受不就反营销了吗？)

(留下的没有，退出的觉得有)

(比如，双11购买没有节制)

(客户真正需要的东西不需要反营销)

你的是强制营销。

今天大部分微信朋友圈都是强制营销，
所以效率不高。

我们不能随便使用刚才的技巧，
一定要把产品三视角和顾客需求三视角很好的匹配。
这样就能减轻营销教育的压力，
营销管理就能高效完成。

大家明白了营销三视角吗？

就是一个共生生命体的三个视角。

这个我今年2月在广州讲过一次，有视频，
大家可以看。
美虎就是那次被我无痕营销教育了。

明天讲营销创新

四

(学员1:我是营销员，遇到的客户很多就是问 (price?) ,very high..... 然后就走了)
你如何回答的呢？

价格不是本质。

(哈哈，思路被顾客牵着走了)

价值、价格、市场是商品的三个视角。

(价值：帮顾客解决痛苦，这样才不会觉得贵。

家长掏补课费几万十几万，就是孩子学习太焦虑了)

(学员1：我只能把我们最低的价格给他。做不了的价格就算了。寻找下一个目标客户)

不是这样的。

(学员1：讲产品质量多么好。但是没用。)

优秀的推销员总是关心对方的痛苦。

(客户痛苦是什么)

对！

(可能没讲到对方的痛点上)

(学员1:我们总经理经常说一句话，就是客情关系。客户不下单，说明你和客户的关系还是不够好。)

(庸俗的营销理念。如果金额很大，打动不了痛点，关系再好也不掏钱)

(学员1:这也是一个视角。应该属于营销教育的视角)

这就是营销管理的问题。

知情意三视角如何流通。

大家知道为何我在各个群里面好像缺少营销智慧一样呢？

我很霸道的，很刚硬的。

知道为何吗？

(在做市场细分)

我的营销目标，市场细分是什么呢？

大家猜想一下。

(就是那些谦卑爱好学习的吧)

不是的。

(对三视角信望爱强的人)

我在寻找和我一起创业，开拓大市场的人才！

明白了吗？

（有真正三视角创新能力的人）

真正对三视角智慧有信望爱的人才！

这样的人才会被一个软软的领导吸引吗？

（节省科普三视角的时间？）

对！

一个群500人。

（对）

（改变人的观念，尤其偏见，耗时耗力）

去掉50，还有450。

这是营销教育智慧。

我的权威、力度、知识，就是一篇软文。

所以没有固定的营销教育模式，

只有三视角营销教育智慧。

大家在其他地方学习的都是模式。

（感受颇深）

比如abc法则，

还有各种各样的方法，模式，一应用就不行了。

听课的时候，激动、兴奋、鸡血，

整个营销培训场地非常活跃，

演讲者口若悬河。

营销技巧非常具体。

你一听，就说。

真落地啊！

实际操作！

可是回到家里呢？
怎样？
脑袋空空！
因为此地和那地不一样啊！
(真是无招胜有招啊)

(市场调研重要吗？)
市场调研属于营销创新视角。

我们的三视角培训呢？
反过来了，
听课的时候没有热情洋溢。
(结束的时候热情洋溢)
回到家里，是不是发热啊？
昨晚发热了吗？

大家看看8群是不是有营销动静了？
(有人在问怎么加入学习！)
是的。

这就是营销管理的第二步。
询问阶段。

当我们把群里一些骄傲的洗洗涮涮了，
就要真诚对待留下的，
好好帮助他们，

解决他们的问题。

这就是企业的使命。

解决顾客的痛苦。

(此处应有掌声！)

(太强了，又学到很多)

(灵活变通三视角智慧很难做到)

有一个要加入了，

我要加入，

营销管理进入实质性阶段了。

这是第四个步骤。

大家努力学习三视角市场营销智慧啊！

三视角市场营销智慧非常棒。

市场也是非常巨大。

几乎每一个人都在做营销，

可是很少有人懂营销。

大妈以为就是发微信广告，

我的朋友圈80%是微信广告。

大家知道我为何留着他们吗？

(都是潜在客户)

你有大智慧！

同时，我也学习思考，

不同的人的广告方式不一样的。

2019.02.23 17:00 三视角

喜欢此内容的人还喜欢

十一月烙

三视角心雨



