

## 占领“制低点”

刘宝军

近日看到这样一则消息:世界著名的飞利浦照明跨国公司,用一种令人意想不到的营销怪招,一举占领了重庆的灯泡市场,为该市诸多国内同业厂商所始料不及。

其实,说是一种怪招,也不“见怪”,人家只是在我们都向着市场竞争的“制高点”大举进攻的时候,因地制宜,避实就虚,选择了与众不同的抢攻目标:占领“制低点”。这个“制低点”就是:拿出人力,让街头巷尾、楼角道边那些出售菜米油盐、烟酒茶糖、饮食果药等等日用消费品的摊摊点点,都来卖他们公司生产的灯泡。

跑尽这些遍布市井的无名小店,推销具有世界声誉的飞利浦产品,这其中肯定也有丢面子、降身份的感觉。但在“企业以市场为先”的营销宗旨面前,丢点面子算什么?想想现在的家庭,哪家哪户没有几盏电灯?而长期以来,样式好一点的灯泡甚至普通灯泡,往往只有在专营的五金商店或大一点的商场里才能买到。这个小小的不便,国内的企业似乎没有想到,恐怕连消费者自己也没有来得及细想,而“飞利浦”却及时地抢占了这个市场“空白”,赢得了空前的利润。

就这件事,飞利浦人说:我们要让每一个消费者,都能在自己家门口的任何一个商店里,随时买到各式各样的灯泡。这是一种尽心尽力为消费者着想的营销策略,高明至极,值得国内企业认真学习、效法。

首先,国内一些企业,在取得了一定利润、赢得了一定市场、达到了一定规模之后,便热衷于占领“制高点”:建大门面,造大声势,进大城市,做大买卖,发展大经销商,却忽视了方便消费者这一条,从而失掉了好多市场。其次,一些国内企业,习惯于以降低价格、融通关系、广告宣传为代价,在人们普遍注重的同一级竞争市场内,与同行业厂商进行面对面的、大规模的遭遇战、消耗战,而未能避其锐气所在,在更贴近消费者的、低一级的竞争市场内,进行“制低点”的人力财力投入,从而截留人群消费,躲开正面冲突,减少无谓损失。

说到底,产品市场的竞争是消费群体的争夺,而非营销场所的占领。所以在市场竞争中,谁能够使产品的供应渠道更接近于消费者,谁就掌握了市场的制胜权。因此,实实在在地为消费者着想,竭尽全力去为消费者打算,才能使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。

责任编辑 周文荣

## 弈棋与经营之道

蔡 昌

围棋似一部无字的天书,深奥玄妙,饱含着中华文明与智慧。以棋喻理,棋道与经营之道相通。

弈棋是一种攻防争斗的游戏,黑白对峙,龙争虎斗,棋盘呈现千变万化的图案,蕴含着变化莫测的态势。弈棋之道,贵在变化,经营之道亦通其理,也贵在审时度势、居安思危,不断转换经营思想和经营机制,在变化中求发展,“穷则变,变则通,通则久”当是良训。

古语道:善弈者谋其势,不善弈者谋其子。经营之道亦是如此:高者,胸怀大略,未雨绸缪,运筹帷幄,发挥潜能,图大势谋全局;低者,只顾眼前,不思长远,往往因贪小利而丧失发展之大势,终难避挫。面对瞬息万变、竞争激烈的多元化市场,经营者只有高瞻远瞩、通观全局,在局部利益与全局利益、长远利益与短期利益之间权衡轻重,才能把握企业经营发展的主动权。

弈棋讲究棋品,学弈先学做人,人品正则棋道盛,人品劣则棋路邪。虽说商场如战场,但绝非是说为了

赢而可不择手段。经营之道推崇智慧和策略,无可非议,但与之相较,商德仍应在其先。“公平守信”、“和气生财”、“君子爱财,取之有道”等商业道德,是经营者首先应具备的,靠了它才能取得成功且维持久远。

棋局胜负无定势,经营此消彼长亦属自然。胜固然是好事,但胜者切莫骄傲自负,傲视一切;输固然非人所盼,但输者更不应为一时失利而妄自菲薄,一蹶不振。殊不知,此强彼弱,局势流转,胜负可以相互转化,正所谓“福兮祸所依,祸兮福所伏”。故经营者应获胜不骄,再接再厉,乘势谋求发展;战败不馁,卧薪尝胆,蓄势待发。

弈棋与经营之道存在许多相通之处,经营者若能从这平常的棋局中悟出更多的道理,并能够在实践中自觉运用,很可能不会对企业的经营有所帮助。

责任编辑 周文荣