

## 小企业想做大，要在这四方面多下功夫，做到了，笑到\*后的就是你

产品名称	小企业想做大，要在这四方面多下功夫，做到了，笑到*后的就是你
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

### 产品详情

手机进入中国市场也就短短二十年的时间，但是他的生产复制力太快了。这种商品在中国太快了，只要一开了个头就不可收拾。汽车进入大众生活也就三十来年，再看看现在制造的这个状态。据数据显示，仅2005年一年就生产了3亿部手机，现在的数量更多。虽然我们和国外的的大生产品牌制造商相比还差一个档次，但是对国外那些企业，他们怕的就是中国的这些中小企业，因为这些中小企业，它们也不做广告，也不张扬，就蔫不出溜的一群一群的往外爬。外国人管这叫雄蚁兵团，羚羊在逃窜，狮子出动了。后来说现在狮子在躲避，大象在怒吼。而现在大象在发抖，为什么呢？因为中国的蚂蚁来了。

有人说我是高科技企业，但是高科技日子就一定好过吗？中关村的高科技企业毁了400多家，他们有些企业生产的芯片在仓库里都长了绿毛了，这就是我们企业所面临的形势。因此对于生产型企业来说，必须要颠覆传统的营销，必须从革命的意义来理解营销啊。

营销就是卖思想

既然说营销是卖思想，那么我们先进思想从哪里来？其实先进的思想从4个方面来，

，来自对消费者的深刻理解

消费者为什么要购买你的东西呢？质量好就卖得出去吗？其实这并不是一个简单的问题，现在我们提出以工程师为中心还是以消费者为中心，而好多企业工程师设计出来一个东西，往外面一卖，结果卖不动，然后再去推销，然后再给点回扣。其实这并不是成功的营销，消费者真正要购买的动机是什么，你清楚不清楚，这有一个跟消费者沟通的问题。

第二，对竞争者的准确判断

这里面有两个问题，就是谁在跟你竞争，而你要跟谁去竞争。你不能认为同行都是冤家，如果你认为同行是冤家，那么你就会变得草木皆兵，四面楚歌。只要你的竞争对手一动，你马上就往上跟，结果到后就是大家都搞得一塌糊涂，其实这就是竞争者是谁并没有搞清楚。

第三，对市场经济形势的冷静思考

这种说法对不对呢？市场需要什么我们就生产什么，其实这句话基本是农民的思想，看见市场上需要茄子，他就回去种茄子去，等种出茄子又要黄瓜了，他老跟不上潮流。当你看到这个市场上需要什么，才生产什么就完了。作为企业家来说，他应当有一个提前期的判断，要具备一个好的直觉，并不是说那个事已经出现了，你就感觉，而是你能敏锐的察觉到一种趋势和潮流，你能往前看一点。要对市场有一个冷静的思考，不能随波逐流，蜂拥而上。

第四，对先进理念的确立

一个企业是按照三个层次来理解的，第1个层次叫理念的层次，思想

的层次，观念的层次。第2个层次叫标准的层次，规范的层次，法制的层次。第3个层次叫做权谋的层次。对于现在企业家来说，这三个层次不能颠倒，如果企业把它颠倒，那就会变得本末倒置，当然了，并不是说权谋不重要，对于为管理者来说，如果身上没有一点管理的手段，那你如何能够担当一位管理人角色？但是相对其他两个层次来说应该放在第3位去理解，首先解决的应该是理念的问题，而且我们有些大企业家就爱看中国的古书，老研究李世民怎么整他哥哥，赵匡胤怎么夺权，到晚研究这个。

我们有些老总气魄很大，请一个博士去当总经理，背后却派他弟弟当办公室主任，看着人家，尽玩这一套，你会玩，我就不会玩了，你玩我我玩你，阴谋丛生。一有个风吹草动，从内部就会崩溃，一会儿是白云山，一会儿是三九胃泰，一会儿是健力宝，一会儿是太阳神。一会儿是春都，一会儿是旭日升，一会儿是北京双鹤，说出问题就出问题。

我们企业初初创的时候，可能都是为了钱，为了摆脱贫穷的地位，这可能是初的动力。但我们很多企业家当你已经有了钱，你已经摆脱了贫困，他对你生活来说已经不成问题了，你这会儿考虑的是什么呢？我觉得大家这个时候恐怕考虑的要是一番事业了，那么如果你考虑一番事业，你就必须要懂得一个道理，就是你必须要要有追随者。你没有追随者，你就不会成就一番事业了，人们为什么要追随你呢？你长得漂亮恐怕这都不行，关键是你有思想。你有思想，人们才会追随你，而这思想就是我们所说的理念。人在过程当中恐怕体会的还不够深刻，但是当你达到一定的高度，如果你这一辈子虽然看上去也挣了几个钱，但是你发现你没有一个追随者，也是非常悲哀的。而我们需要有一个追随者该怎么办呢？那我们就需要解决理念的问题。

其实这4个方面总结起来用两个字概括就是差异。的企业要搞营销就要具备差异化，产品差异化，竞争差异化，因为有差异才有市场，有差异才有竞争力，有差异才有利润。

差异落实在文字上，对一个企业家的要求是什么？营销就是在卖思想，首先第1条就是你作为企业家，必须要有你的独特的销售主张。营销跟推销不是一个概念，营销就是给那些企业的领导高层讲的，一个营销搞得好不好，其实就是看你有没有一个独特的销售主张。那么一个独特的销售主张给我们所带来的效益，不是一星半点的，那么一个独特销售主张，会给你带来一种巨大的效益，我而且往往还不只是效益的问题，会使你的企业一下就扭转成你的形式，使你达到一个完全全新的境界。可以让你的企业摆脱原来的一个状态，走向一个更宽阔的空间。