



策划专家谈中国家具企业的 品牌营销王者之道！

记者问：（以下简称记者）谢总，您好！作为国内家具行业著名策划专家，我想向您请教一下贵公司在近期很多行业的刊物杂志上打的广告上有一句话叫做“品牌营销王者之道”，请问为什么叫“王者之道”呢？难道普通家具企业不可以找您们策划吗？

谢金杏答：（以下简称答）之所以叫“王者之道”，是因为找我们公司做策划的客户企业都有较大的市场雄心和明确的市场目标。也就是说客户对企业发展的期望值比较高。这里面有大型企业，也有中、小型企业。我们认为只要是不甘于平庸，有想法的企业就是优秀企业或者说潜在的优秀企业。这些企业到我们公司来，目的很明确，就是想通过系统整体的策划，找到自己企业的“品牌营销王者之道”。说白了就是想做市场上的强势品牌。

记者：那么“品牌营销王者之道”的内容有哪些呢？我想您们作为一家行业著名的策划机构，应该有一套服务市场的理论架构吧。

答：不错，“品牌营销王者之道”的确有一整套完善科学的理论架构，而且经过实践证明，这套理论架构是非常实用，非常具有市场价值的。

“品牌营销王者之道”的理论体系主要有以下内容：
一是市场研究和内部诊断板块；
二是基于科学的市场研究和严谨的企业内部诊断基础之上的，与现代商业原理相结合的企业品牌营销核心竞争力商业模式的建立；
三是这套商业模式的落实执行的品牌推广方法；
四是整个费用预算和效果控制与评估。

这四个板块内容涉及到大学学科体系有市场营销、工商管理、广告艺术与设计、财务管理等内容。是一个复合型的多学科体系、理论体系。从这一点上说，为什么国家把策划行业定位于技术密集型、知识密集型行业，道理就在于此。

记者：看来“品牌营销王者之道”并不仅仅是贵公司的一句宣传广告语，而是有一套完善的科学理论体系的。那么我想请问一下，贵公司如何确保服务的企业能够成功地实施这些方案呢？换句话说，贵公司怎么确保服务的企业项目能够取得策划成功和好的市场效果呢？

答：当然，如果光有理论体系还不行，还必须要有切实可行的确保项目策划成功的实施办法。在这方面，我们公司主要通过以下几个方面去把控策划项目科学流程实施和项目成功的最终效果：



在深圳特区建立30周年到来之际，《东莞家具》杂志记者张云峰专题采访了国内家具行业著名策划机构深圳谢金杏策划机构总经理兼总策划师谢金杏先生，就中国家具企业的品牌管理之道进行了深入交流访谈，有些观点和策略方法也是谢先生首次向行业公布。期望这些内容对正在蓬勃发展的中国家具行业品牌营销科学管理来说有所裨益和帮助。

CHINA'S FURNITURE ENTERPRISE PLANNING

中国家具企业策划专刊/专家论坛

一是非常重视市场研究。

和我们公司合作过的客户都知道，我们都是先签约付款后，实施了严格的市场调查和详细的内部诊断后才给客户企业做整体方案的。从来没有一开始就搞个什么策划方案，创意方案给客户。您可以想一下，你没有对客户企业的市场进行专门调查、研究，你没有对客户企业的内部进行专门诊断、了解，你凭什么做出策划方案、创意方案来！？这是一个经营管理上的一个基本常识问题！我们公司不但重视市场调研、内部诊断，同时在项目成员的安排上也做了把控。公司总策划师不仅要周密安排项目成员的市场调研工作，而且还要亲自参与一些重要环节，重要市场的调研工作，内部诊断更是总策划师亲自把关。这样做的目的是确保掌握正确的企业一手真实信息资料。





二是所有的策划设计摄影包装方案创意都必须符合、遵照项目总体策划方案思路。不能为了创意而创意。一切以总体策划方案为检验标准。而总体策划方案又必须服从于最终的市场最佳效果。

三是在大规模市场推广之前，一定做好策划方案的代表性市场的试点试验工作。如同邓小平建特区一样，先在几个特区试点，然后沿海一条线开放，最后全国开放。讲究策略，稳扎稳打。不拿客户的整个市场做赌博，坚决不打无把握的仗。就凭这一点，你可以看出，我们服务了全国近百家企业，没有哪个企业说我们策划公司给他造成了什么损失的，失败的。因为程序上就设置了风险把控这一环节。

四是调动人的积极性。这也是我们公司的一个重要项目把控手段。实践证明，企业的策划要做好，必须要协调好各方面的利益关系。要让企业老板、管理层、员工、经销商甚至消费者都觉得这个策划方案是有价值的。人的因素能否运用好，在整个策划方案的实施效果里面要占近一半的比重。

记者：听了刚才谢总的一席深谈，让我明白了“品牌营销王者之道”的真正内涵。特别是有些观念和策略手段还是第一次听说。十分感谢贵公司的宝贵经验。另外，最后我想问一下，贵公司实施“品牌营销王者之道”这套理论体系以来，有哪些代表性的企业取得了成功？

答：在内地成都，我们让大邑县的爱凡家私从一个濒临破产的小企业两年时间成长为年销售近6000万的中高档柏木家私第一品牌；在深圳，我们让横岗的欧野家私从一个年销售一千万左右沙发小厂迅速

发展成为一个年销售近亿元的涵盖休闲布艺沙发、五金餐台、茶几、餐边柜、酒柜的一个高档客餐厅家私企业；在东莞，我们让厚街的意美家私“贵博士”文件柜项目在09年3月份的广州展会上，不到200平方米的展位，一次性吸纳签单经销商300家；在中山，我们让东升的年销售2亿元以上迪欧办公家具全国上千家经销商参加招商大会，一举签约110家专卖店与专卖商场。改写了中国办公家具历史。其他还有很多企业销售当年翻番，或至少增长50—60%以上的就太多了。有时间的话，可以到我们公司的网站上去看一看。

记者：好的。谢谢。看来，基于科学的理论和严谨的操作流程的“品牌营销王者之道”，真是具有企业外脑实用价值的。另外，从实际案例来看，贵公司不仅做策划，而且还做了大量配套的系统的平面设计、空间设计、摄影等包装工作，是不是中国家具行业的整体策划、系统包装

服务将会是一个比较受欢迎的发展趋势？

答：这肯定是一个发展趋势。而且在其他行业里面，策划公司和企业客户早就在这样做了。就像一部好的交响乐，肯定是全方位整合起来才有效果。

记者：感谢总抽时间接受我的采访，祝贵公司事业越来越兴旺！

答：谢谢！



■ 策划并出席迪欧办公家具千人招商大会