

从心策划:驱动用户消费的电商营销新视角

作者: 徐仁义

从心策划

驱动用户消费的电商营销新视角

徐仁义 著

电子工业出版社

内容简介

你问我如何做好一件事，不是我不知道怎样回答，而是我并不确定你所谓的“好”到底是什么。读书不是为了追求唯一答案，而是为了获取属于自己的财富。如果人人都把事情做得一样，我不认为你还有继续做的价值。

生活、事业、情感，这一定是密不可分的。

当人们更懂得思考，做原有的事就会变得更容易，也更有乐趣。

这是一本关于如何策划线上营销、如何驱动用户线上消费的书，从解读人们的购物心理开始，一步步诠释更多的营销视角与实战经验。

本书更适合互联网与电子商务人群阅读，不限于策划、文案、设计、产品、技术等职业。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

从心策划：驱动用户消费的电商营销新视角 / 徐仁义著. —北京：电子工业出版社，2014.8

ISBN 978-7-121-23600-6

I. ①从... II. ①徐... III. ①电子商务—市场营销学 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第135255号

责任编辑：徐津平

印 刷：北京天来印务有限公司

装 订：北京天来印务有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

开 本：720×1000 1/16 印张：12.5 字数：165千字

版 次：2014年8月第1版

印 次：2014年8月第1次印刷

印 数：4000册 定价：45.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至zts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

自序

说些平日里没说过的话

我所经历的电子商务这十年，就像一场没有结局的战争，因为所有人都是胜利者。

每年的自己都要比前一年的自己有所进步，这是我对自己不变的规划。

无论从事何种职业，电子商务领域都有我们至今仍未探索过的区域，如果让我说十年前印象最深刻的一件事，那就是2004年8月19日亚马逊公司宣布以7500万美元收购卓越网，成为亚马逊中国全资子公司。这家公司至今仍然是我深爱的电商公司，在之后的日子里，我无数次幻想过能够进入这家公司工作，并也试着投递过不少简历，经过长达几年的幻想，在2012年我实现了这个目标，获得了来自亚马逊公司的Offer，这确实是一件值得骄傲的事。

在进入全球最大电商公司之前，我曾拼命地为几家国内电商公司工作过，也教过书，认识了许多来自不同领域大大小小的朋友们，他们大部分都不是电子商务专业毕业的，而是半路进入这个行业的，我也一样，想找出一本并不过时的电子商务教材是一件不容易的事，所以今天能够积累下的知识，多数来自实践，遇到不明白的术语，才去网络上查资料并加以研究，就是这样一种现状。我可以肯定还有大量的人也同样有过这样的经历，才慢慢走到今天。看到世界已经成为可以时刻分享的年代，没有地域限制，没有时间限制，也没有人群限制，对于学习这件事来说终于可以顺利地走通了。

之所以做一个愿意分享的人，是因为我知道这条路的痛处有很多，我们走过的弯路也有很多，电商公司哪一个没经历过摸着石头过河的日子，连企业家都一样，何况是我们这样的打工者呢。一开始，我原本想把这本书叫做“我能干嘛啊”，意思是我可以把我知道的都说出来，但是这样的名字看起来更像一本小说，待我留着用作他处吧。不过“从心策划”也挺好，它的灵感来自另一本书，我并不认为书名是最重要的部分，但我也并不喜欢将就，书名具有工具书的味道的会使受众群体发生偏差，这是我最不想看到的事，因为我确定我不想把它写成“电商操作手册”。我认为一本关于电子商务的书，涉及面应该是并不单一的，或者说，此类的教程都是一二三四五等，但是始终有局限，我希望能做出一本关于思路的书。

写不好文案又做不来设计的人，都去当策划了。

非常抱歉地说，我没有攻击谁的意思，这只是一点讽刺，一方面指因为有这样的事才会流传这样的话，另一方面指电商策划的职业应该由多种技能组成，而并非一种。打开一家电商网站的首页，留给我的第一印象与其说是网站印象，不如说是对策划者的印象，因为是人控制页面，并不是倒过来，所以我认为策划者一定会注意到网站首页这个关键位置，并且他一定会为此付出努力。

被抛弃过，也被欺骗过，谁都不知道未来还会不会遇到他们俩。

在我从事策划工作的这几年，被人抛弃过，也被人骗过，除了用事实激励自己，还是激励自己，到今天为止，我依然喜欢也愿意对别人说，我是一名策划，我从事电子商务策划工作，这对我来说是不变的，是真实的，也是永远不会丢失的。其他关于我自己的事，就不多提了。

卓越的营销策划，让电子商务锦上添花。

当所有人都意识到网购真正成为社会的主力购物渠道时，衍生出的各种新兴职业也变得逐渐成熟，他们的职责细分更加明确，赋予商业的价值也越来越明朗。让每一位消费者都体会到网购的乐趣与价值，这就是我们能做的全部事情，为用户带来利益，带来健康的生活，带来爱，随之带来的就是社会进步。

很多从业者都认为，零售的每一个步骤都是“标准”的，连促销牌都应该是同一种设计，事实呢，总会有人创造出各式各样的新鲜玩意，没有变化，就谈不上进步。

这本书，我要谈起的就是关于如何在电商营销中进步，不过我并不太喜欢过于陈旧的方式，从一到二，或者从二到三。很长时间以来，我都在思考应该以怎样一种“语法”来贯穿这本书，才能让每位读者都因此收获“自己的见解”，这一定是难能可贵的，也是我努力的方向。

在本书中，我讲了一些故事，说了一些个人的思维（过程），还聊了一些真假联想，或许甚至与电子商务本身都无关紧要的事，但是它们都真实地属于一名策划者的经历和看法，要知道有生命力的东西才是最宝贵的。生命力，就是可消费的本钱，消费的人需要生命力，经营的人更需要。我是消费者，我也是经营者。当我的两个身份都去欣然接受我的理念时，我认为在这种状态下做出的决策就是正确的，这是评判我所做的事情是否正确的唯一标准。

讲别人没讲过的话，想别人没想过的事，才算验证自己。

之前的我并不喜欢研究美食或者旅游，后来生活影响了我，我必须要出去走走，吃吃喝喝。生活里有些事一定是不知不觉的，如果我们把一生的计划都严谨地排列出来，这样的人生是愚昧的，是难以充满乐趣的。其实每个人都是天生的刺激爱好者，说一个人一生平凡那是因为你的描述单位是“一生”，再平凡的一生也会有许多属于他自己的乐趣，这个只有自己才知道，但一定不是人人都喜爱毫无刺激的生活，因为那不叫生活。

生活能够带来的事情还远不止让我们多几个爱好，生活会改变我们的认知，增加我们对价值的认识，生活能让人的审美改变，追求改变，而所有的改变最终会改变人类的生活。美国作家哈马舍尔德曾经说道，迈步之前千万不能只向下看，只去试脚下的地面，只有注视远方地平线的人才能找到正确的道路。所以这并不难理解，当你在繁忙的工作中停下脚步，并不能说明什么，或许你会看到许多指引方向的事，比起不停地工作，这是更值得做的事，时刻思考与关注世界吧，世界比我们想象的大，也更为复杂。

生命有裂缝，阳光才能照进来。

我们每个人在工作中都有缺点，但缺点是为了欢迎阳光而来。

推荐序

发自内心书写的过程本身就很美

看书，我喜欢看那种发自内心写成的书。

每个人心中都有一个太阳，问题在于如何让它发光。这是苏格拉底说的。老苏说的这句，让我马上想起老朋友徐仁义。他不但让自己心中的太阳闪闪发光，还在努力让更多的人找到自己的太阳，并打开开关。

正如老徐自己所说，“生命有裂缝，阳光才能照进来。我们每个人在工作中都有缺点，但缺点是为了欢迎阳光而来。”他就是这么个奇怪的人，当你遇到一个点子比身上毛孔还多，脑袋永远在跑马拉松，说话还有开关键的人（有些时候打开某开关说有建设性的话题，有些时候又关闭正经，说些满口笑破肚皮的玩笑），你会很明白我的感受，要命的是，这么有头脑的人，竟然不是我，是老徐。为此我失落了至少一个钟头。但徐老师说过，欣赏和喜欢你拥有的东西，而不是你没有的东西，你才能快乐。这句话让我感动了一个多月。

任何值得做的事情，都需要反复练习，包括冒险在内。徐仁义在电子商务这条黑色幽默且冒险的道路上已经疯狂了整整十个年头。也许正如他认为，概念性的东西越强，别人能给你的好意见就越少，也许他知道，人们一直都害怕直觉，因为直觉告诉我们的，往往跟这个世界告诉我们的不同。然而，他用这些年所经历的所碰到的直觉、曲觉、道理、歪理、窍门、视觉、用户心理学、用户体验学通过文字共冶一炉，让你和我都有机会翻看这本静悄悄发动你内心里电子商务新革命的“从心策划”。

人是有气场的。一个人的氛围体现在他的表情、动作或者穿衣搭配上。魅力、气魄、风度，每个人身上的气场都不一样，这种气场就是所谓的氛围。要塑造一个人的氛围是很难的。绝不能靠表面功夫，而是直接来自内心，我们所说的去看看别人的成功经验，并不是去看这些成功例子的本身，而是看成功者的氛围……（如果我说得绕了，你可以托付徐老师来打我。如果你觉得我说错了，你自己的理解才是对的，那么，你是对的。）

我有不怀好意的猜测：徐老师在写书的时候一直都想着“这是什么”而开始的？什么是电商？什么是用户？到底什么才是体验？甚至什么是人机交互？他在寻找这些到底是什么鬼东西的时候忍不住开始边思考边敲字，在这个过程中，他需要丢掉所有既有的概念和想法，从自己多年前的那个零开始寻找这些“东西”对人有着怎样的真正意义。

OK，他开关一打开，洋洋洒洒，没有半点的刻意，一边找出属于这个东西原有的模式，一边与之进行对话，一边除去不必要的废话部分，一边又希望留下点什么让我们可供参考。一边被创造，一边也被记忆。

发自内心书写的过程本身就很美。我羡慕他，嫉妒他。在商业领域上，我干脆学他。

如果想做成一件事情，一个项目，做出必要的牺牲，总是比你想象得还痛苦。很讨厌，我知道的。话虽如此，但是如果吸收了好的经验和点子再去发挥属于你爆发小宇宙的尽力一搏，我认为是每个人一生中所能拥有的最美好的经验之一。如果做成了，那么绝对值得。哪怕有失败或者不妥的地方，你也会在过程中学到很多不可思议、神奇且珍贵的经验。我就是迫不及待地窥看徐老师的所有经历的。

唉，如果完全不去尝试，而你又心知肚明原本是有机会的，远比任何失败更令人痛苦。

有意思的是，其实每个现代人都知道电子商务，但如果你要他解释一下，他又会吞吞吐吐，犹豫不决，最后说，大概只有经历过浮沉经历过商业大浪淘沙的人才会真正体会。这些价值连城的商业学识，你一旦理解其中核心，便能在每个相似的产品或者动机之中，看到一个从未看见过的世界……

好吧，我已经看到[此处](#)……

一刀

国内资深媒体人、广告人

目录

自序

推荐序

第1章 开始尤为重要

- 1.1 [喜悦、恐惧、爱](#)
- 1.2 [理性与悟性](#)
- 1.3 [需求是一种能力](#)

第2章 深入人心

- 2.1 [何为策划](#)
- 2.2 [导一部动作片](#)
- 2.3 [印象派营销](#)
- 2.4 [商业概念](#)
- 2.5 [我们在表达什么](#)
- 2.6 [我自己就是名牌](#)
- 2.7 [男女有别](#)
- 2.8 [我反对](#)
- 2.9 [静物的启示](#)

第3章 主宰生意的艺术家

- 3.1 [创意与电商有什么关系](#)
- 3.2 [Slogan](#)
- 3.3 [商业文案](#)
- 3.4 [商业设计](#)
- 3.5 [关联](#)
- 3.6 [化繁为简](#)
- 3.7 [成交要靠选择](#)

第4章 线上包装

- 4.1 [体验至上](#)
- 4.2 [完美主义者的平衡](#)
- 4.3 [好段子](#)
- 4.4 [消遣还是作乐](#)
- 4.5 [慢慢来比较快](#)
- 4.6 [让“影响”带来影响](#)
- 4.7 [美人计](#)

第5章 我的意思我告诉你

5.1 不要跟陌生人说话

5.2 规什么则

5.3 顺藤摸瓜

5.4 立体属性

5.5 偏见

5.6 比喻是一种映射

5.7 怎么画音乐

5.8 30秒的思考

5.9 为了品牌

5.10 免费的好处是：你要花钱了

第6章 迷狂的境地

6.1 自我

6.2 思维转移

6.3 因为不了解

6.4 黑名单

6.5 坐下来谈意见

6.6 摘下瓶颈的帽子

6.7 “木既今心”

第7章 尾语

第1章 开始尤为重要
关于职业，关于行业，关于自己

老牛说：“水很浅，刚没小腿，能趟过去。”

松鼠说：“深得很，昨天，我的一个伙伴就是掉在这条河里淹死的。”

小马说：“我该怎么办呢？”

这是我很喜欢的一段对话，放在了本书的最开始，如果你认为你是老牛，你就是老牛，如果你认为你是松鼠，你就是松鼠，而如果你认为你是小马，那么恭喜你，你就是小马。从事脑力劳动，就要用与众不同的眼光看待事物，别人问把大象装进冰箱分几步，有的人说分三步，但是有的人会追问冰箱里有没有其他东西，容积是否足够大，大象准备好了没有……我们要做多问的人，如果每次只是静待答案揭晓，我们做事情就会被动，因为所掌握的信息实在太少，少到我们难以为事情的走向做出判断，这是我们从事任何一种职业都需要具备的习惯，它不是能力，因为谁都有提问的能力，但这并不等于人人都有提问的习惯。

接触一项新工作，最初的开始时期不仅会对自身的职业走向产生影响，同样会决定埋头苦干的起点高度，我们除了问自己为什么，还要问别人为什么，你不问他不说的，你永远不知道，因为电子商务是一个新兴行业，即使它在中国已经走得有声有色，但距离成熟的市场还相差甚远，没有理由固步自封。

在开始畅谈电子商务营销策划之前，我想先谈谈关于人的事情，电子商务实由人与互联网之间产生的交易，所以搞定互联网又搞定人，是我们完成这件事的基础，缺一不可。人与人有什么区别，人对于购物这件事的情感是如何产生的，人的心理最容易被什么影响等问题，都与人产生物质需求有关，因此那些所谓的成功交易法则都是建立在这个基础之上形成的，没有对人的探究，就没有营销观点的出现。

欢迎访问：电子书学习和下载网站（<https://www.shgis.cn>）

文档名称：《从心策划_驱动用户消费的电商营销新视角》徐仁义 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/857.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

