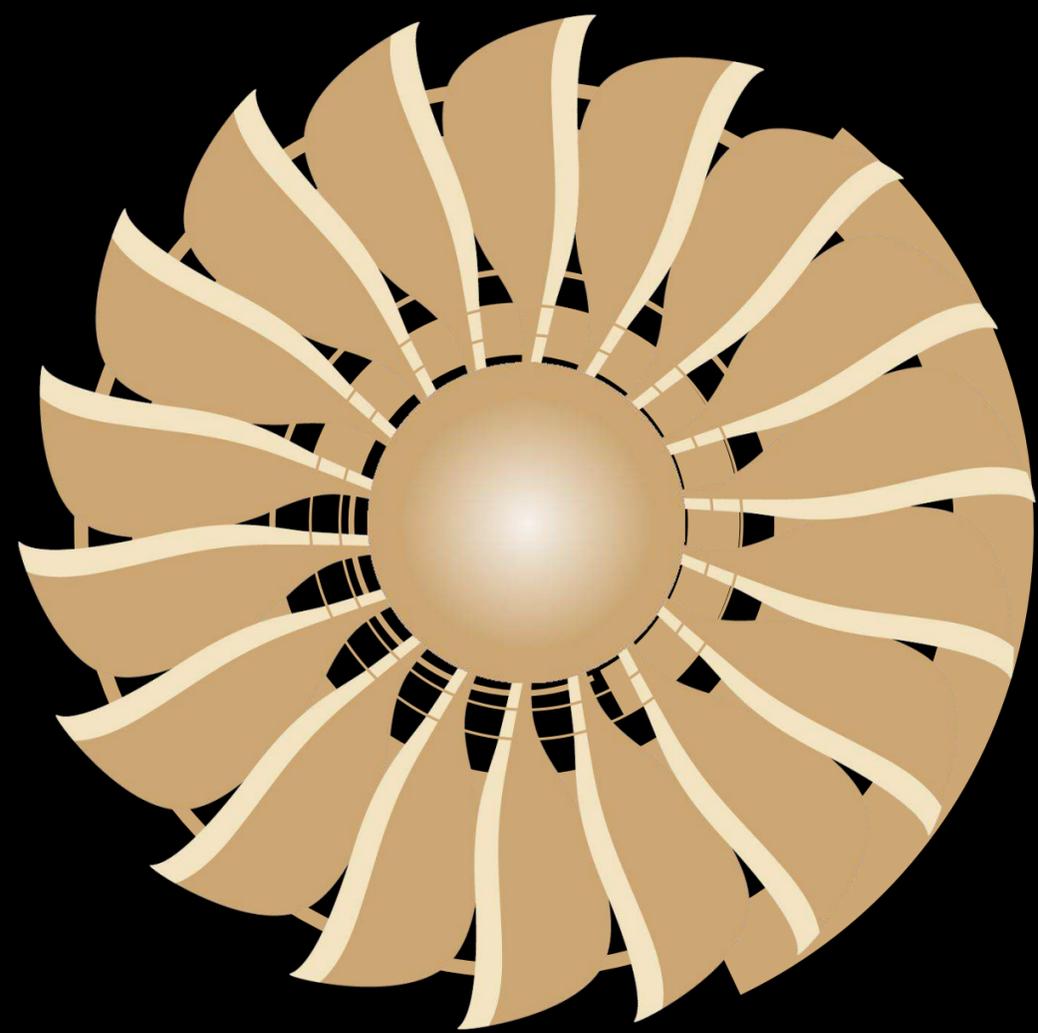


伟大的年年卖货

领先%8%外卷%8%增长飞轮

分享人：欧赛斯创始人1 董事长9柯支涛

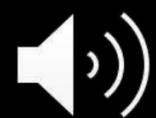




超級品牌
新引擎 OSÉNS[®]
欧赛斯

开始的开始

让我们听一下超级品牌引擎的声音



WHY?

为什么叫伟大的年年卖货

卷

TODAY

今天卖货

TOMORROW

明天卖货

THE DAY AFTER TOMORROW

后天卖货



年年卖货

無疑是偉大的！

放弃幻想

卷不会停止

卷的本质

存量 · 博弈

越是卷

越需要战略级的研究
而不是战术上的勤奋

存量

存量的本质要抢
抢经济下行期间的
高增长赛道

抢

经济下行依然有结构性机会

日本失落的
HA年中增长
最快的行业

人均消费额增幅最大的细分品类（2012年—2021年）

饮料中有：茶系饮料↑ 矿泉水↑ 咖啡特饮↑ 酸奶↑

食品中有：“速冻食品”↑ 预制菜↑ 奶酪↑ 乳制品↑

用品中有：个护品类↑ 化妆品↑ 运动服饰用品↑

健康中有：户外运动↑ 健身↑

其他中有：宠物↑ 游戏↑ 动漫↑ 短途旅游↑



存量

存量的本质还要占
占市场结构性变化增长区域

占

存量

存量的本质还要创
需求的创造其实永无止境

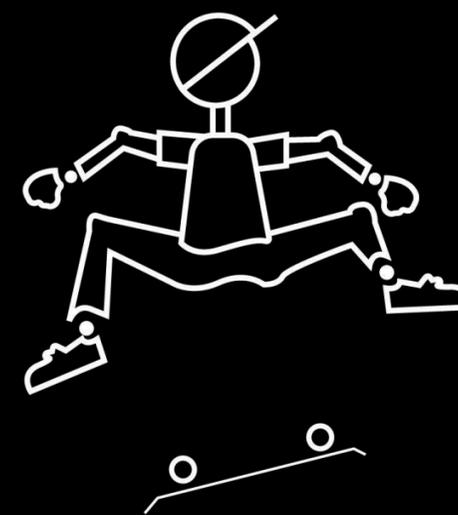
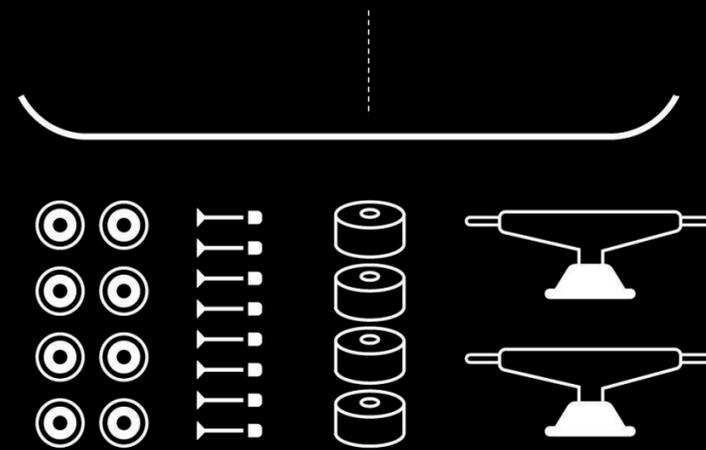
创



顾客购买一件商品
只是想 雇用 这件商品帮他完成一个任务
不要为产品特色沾沾自喜，而是要去深挖产品给用户带来的 好处

即使顾客购买了这个<<<

他们真正想要的是<<<



存量

存量的本质要异
找到自己差异化的竞争切入点
你打你的，我打我的

异

存量

存量的本质还要切
切出新认知、切出新赛道

切

一刀切下去，将大黄鱼切成近海养殖与深海野游大黄鱼

近海养殖

深海野游

一刀切下去，将大黄鱼的卖法分成按斤数卖及按照海里数来卖

按斤数卖

按海里数卖

存量

中国市场的真相在下沉市场

36个省、333个地级市、2861个县、44821个乡，600万小店、600万餐饮点，极大的战略纵深、极大的回旋余地。

沉

存量

存量的本质还要升
跳出低维升维竞争

升

中国市场的现状是

低维度的竞争无以复加
高维度的竞争依然稀缺

欧赛斯顾客价值配方模型



顾客
让渡价值

=

顾客总价值

-

顾客总成本

顾客总价值 * = 功能价值、体验价值、情绪价值、表征价值、服务价值、社交价值等

顾客总成本 * = 货币成本、时间成本、体力成本、精力成本、转移成本等

从更高维度来看

卷是战略机会

卷的尽头

1个总成本领先者 or 1个总价值领先者
n个差异化竞争者 or x个垂直聚焦者

卷的反面是与众不同

内卷

低水平同维竞争 (同质>压价)
由外向内 a红海
生命消耗

外卷

与众不同高维竞争
(抢>占>创>异>切>沉>升)
由内向外 a蓝海
生命创造





卷的尽头
独一无二

领尖

领尖

无商

尖

不尖

WHAT?

什么是尖

迈克尔 波特



在行业的生态位中找到一座属于自己的山头

不管是高还是低、不管是大还是小



HOW?

怎么尖

企业品牌

尖的企业品牌战略：

您信赖的数智化电气系统服务商

战略落地一年后

净利润逆势增长100%



天正
TENGEN

可信赖 更美好

天正
TENGEN

您信赖的 数智化电气系统服务商



企业 产品品牌

尖的产品品牌战略：

门窗五金行业弱要素品类的破局之道

CACC&CACG财务年度

业绩提升Q0



好博窗控

HOPO®

更适合中国气候环境的 门窗五金控制系统

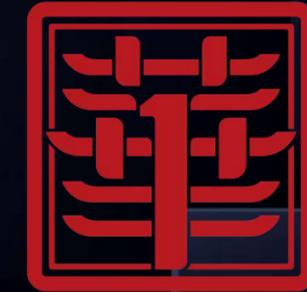


小米 商业模式

尖的模式：

产业互联网商业模式创新

贝壳 级的模式创新战略机会

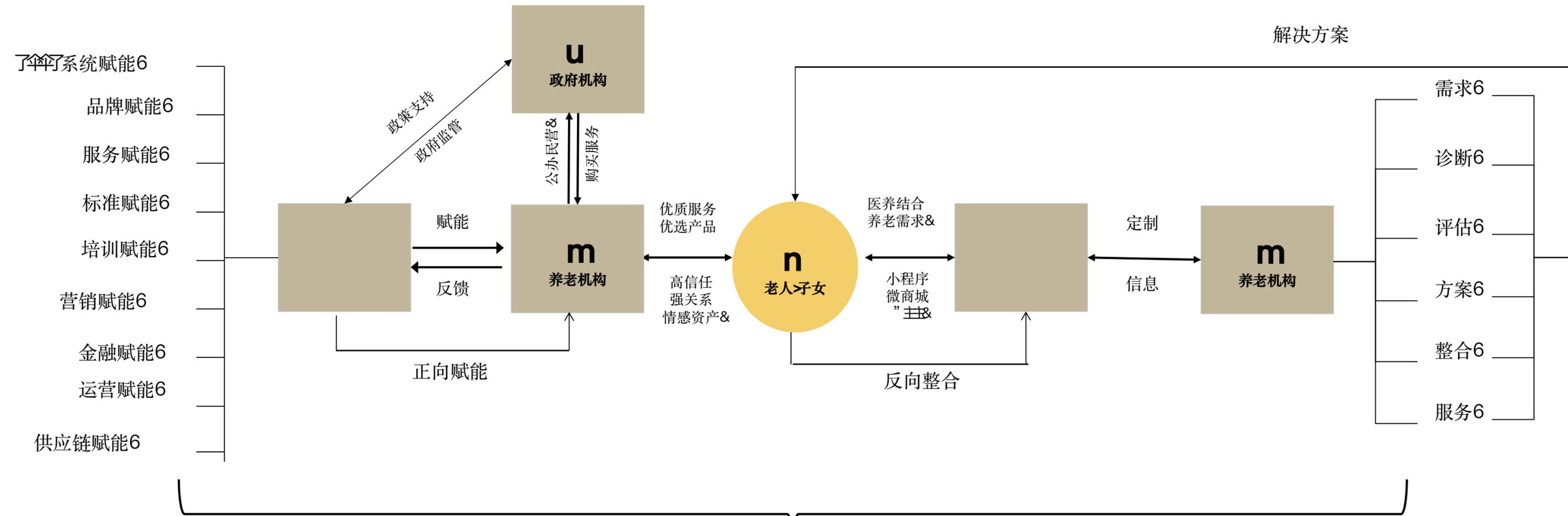


华夏长寿

智慧华夏 · 长寿可期



智慧长寿养老产业 互联网商业模式创新



中国智慧长寿养老综合服务平台

全 品类创新

尖的产品创新:

新品类创新带来的巨大流量效应

N倍 业绩增长
DADD年底



68倍 业绩增长
DADH年底



硬实力						软实力					
语文	数学	英语	物理	化学	《《	管理	社交	思维	理解	感统	999



专注6-18岁青少年软实力打造

软实力

提升考卷外的竞争力

✓ 20000+ 家庭共同选择 ✓ 累计500000+ 小时陪伴孩子成长





WUREN'S FAMILY 五仁汤圆家

IP身份

WUREN'S FAMILY

姓名: 汤圆 (汤仔)
 年龄: 12岁
 爱好: 模型组装、滑冰、户外探索
 性格: 善良热情、记忆力强、富有想象力, 对一切事物充满着好奇和探索精神. 经常有一些天马行空的奇思妙想, 是个积极有梦想又软软糯糯的小汤圆.
 星座: 巨蟹座



小 生活方式品牌

尖的生活方式：

吨吨带你进入健康饮水新生活

BOTTLED JOY 吨吨

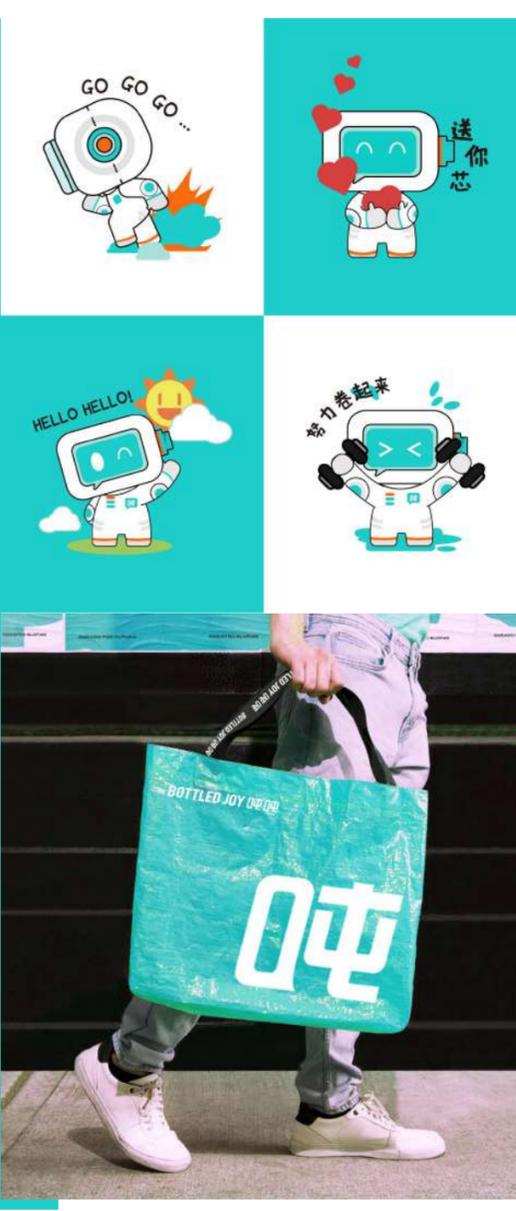
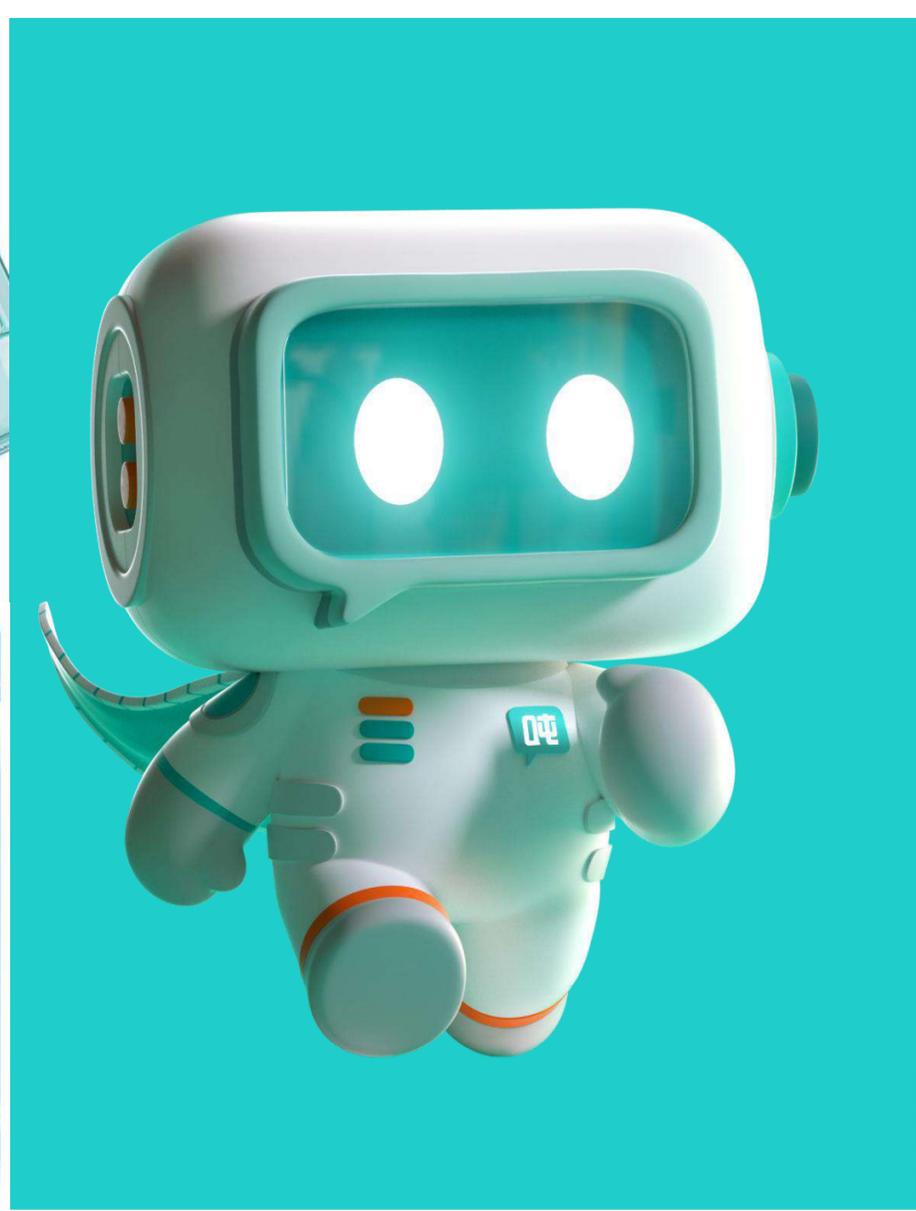
89 亿

销售
战略落地第一年

89 倍

业绩增长
战略落地第二年





企业 核心价值

尖的核心价值：

藕之宝，选荷仙

连续十年

全球莲藕销量第一





连续十年全球莲藕
销量第一*

藕之宝 选荷仙

中国莲藕食品第一品牌



北纬33° 莲藕黄金产区
千年水网交络的独特地理条件



强势符号——核心品牌价值图形“宝” Strong Symbol



产地价值

核心价值-宝

产地-宝应地图

食材价值-1低3高

通过**立体化金牌**创意设计凸显“宝”价值品质感
中间**宝应地图抽象化概括处理**,亦有荷叶之形,中间部绿色也为凸显品牌色特征
通过线条向外扩散向内聚合,示意着企业品牌的发展与凝聚

企业 战略色彩

尖的战略色彩：

每一个行业的色彩，
只有一次被占领的机会



国信水产





小米 战略符号

尖的战略符号：

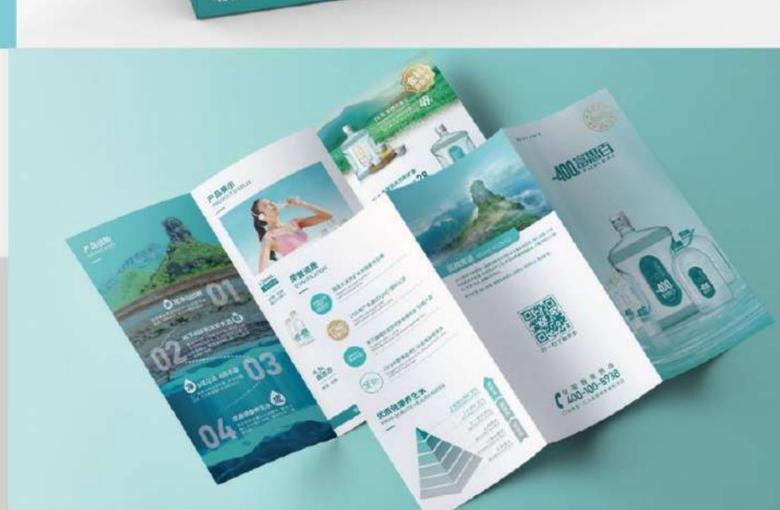
世界上只有三瓶水

一瓶是有高度的水

一瓶是均水平的水

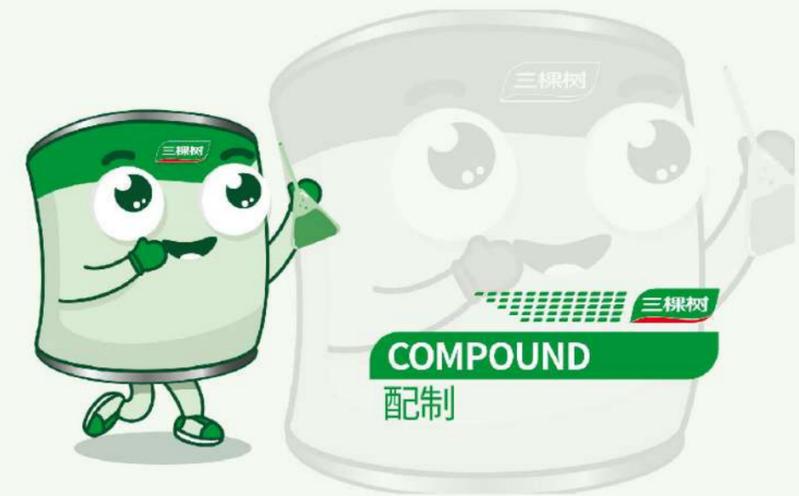
一瓶是有深度的水

-400 **富思百**
FUSIBAI



企业战略1%

三棵树



三棵树
STUCCO WALL
粉刷



企业战略纹样%

尖的战略纹样：

奢侈品的纹样经济学

是奢侈品的符号暴力及流量密码

战略落地一年

业绩增长1 A0



和官窑®

HONG-GUANYAO

始於1905·東方禮瓷



小 气质美学

尖的气质美学：

新先锋国风主义打造兰州牛肉面

麴吱波旺®

IAO



战略落地H个月业绩增长

CPO



战略落地C年业绩收入同比增长

企业 战略口号

尖的战略口号：

一句价值百万的行业战略口号
占领行业制高点



战略落地1年
跃升行业第一



开尔鸽业

KAIER PIGEON GROUP

赛

鸽

信

开

尔



开尔鸽业
KAIER PIGEON GROUP

赛 鸽 信 开 尔

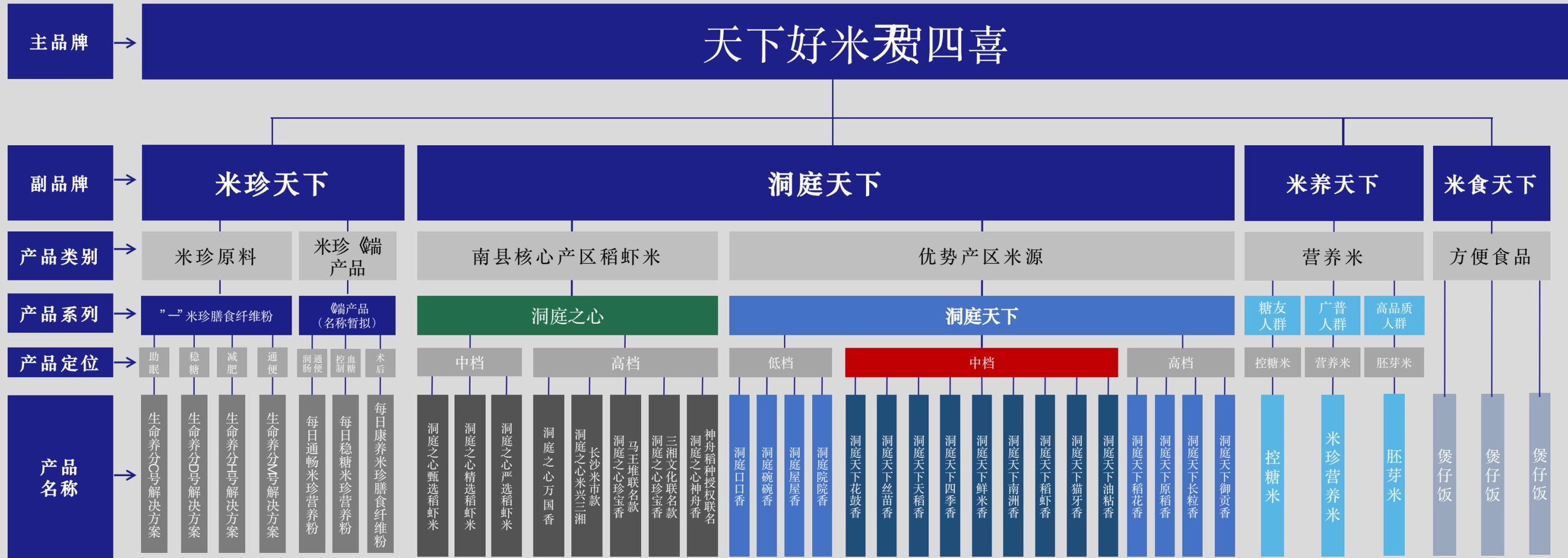
赛鸽信开尔

全 货盘规划

尖的货盘规划：

以 天下好米 统领四大业务板块
确定品牌战略发展路线图

贺四喜®



产品包装

尖的产品包装：

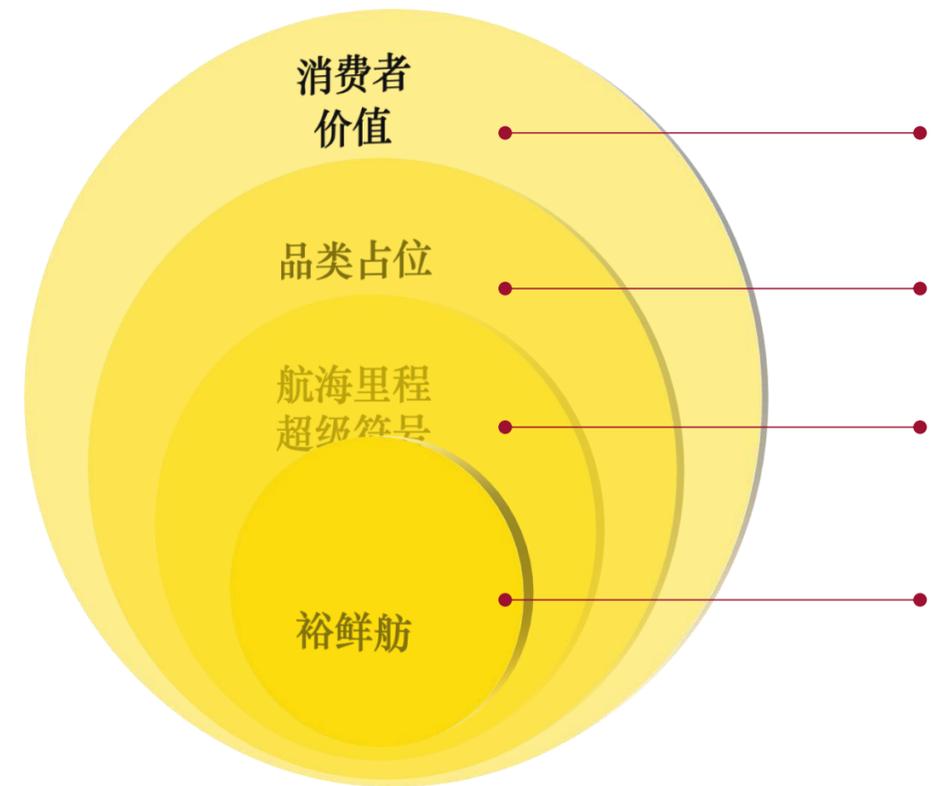
抛向市场非买不可的
产品超级价值体系



国信水产



裕鲜舫



四级信息

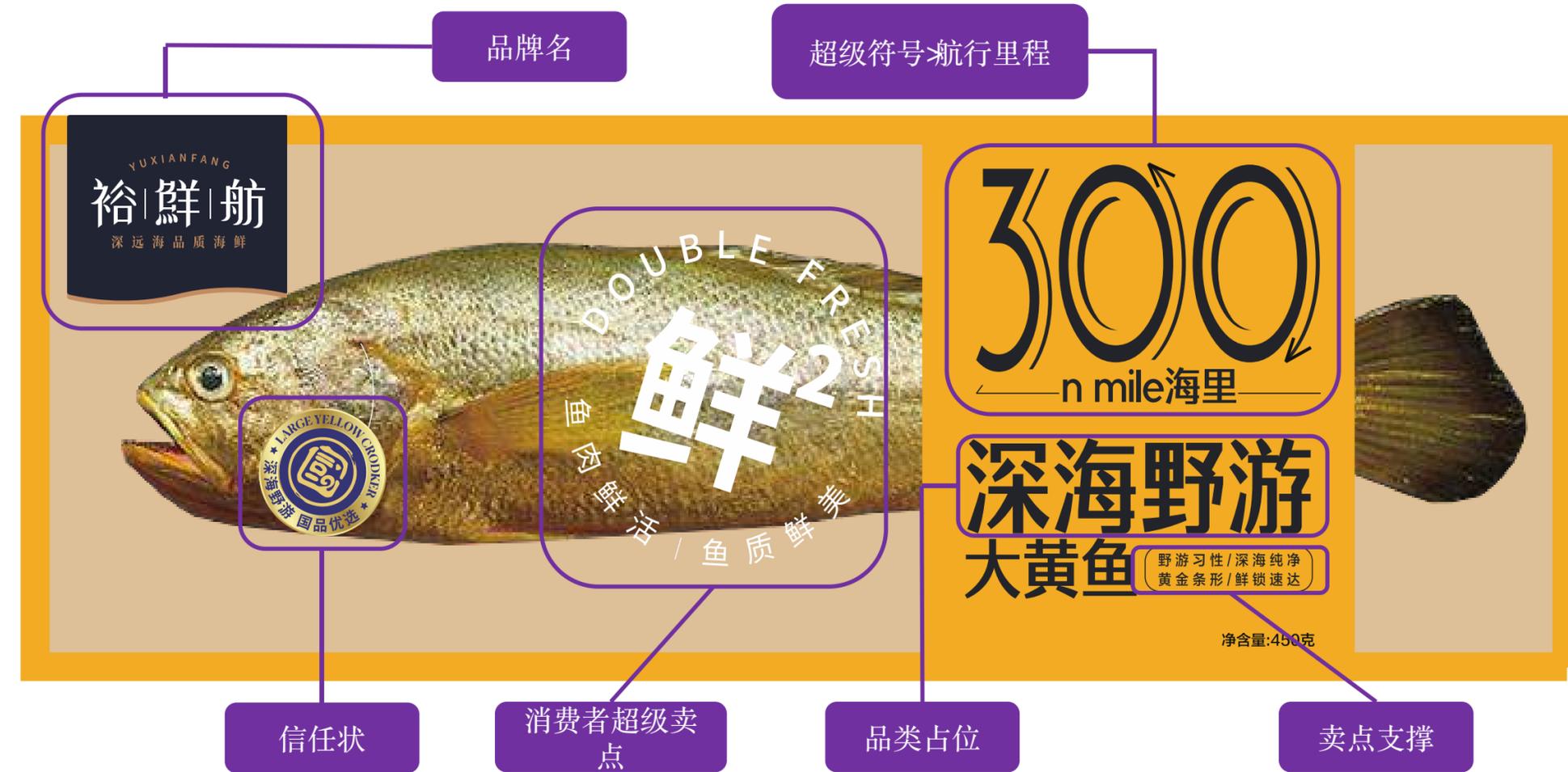
三级信息

二级信息

一级信息



深海野游
大黄鱼





小
超级卖点

尖的超级卖点：

驱动消费者大规模购买
的不可拒绝的购买理由



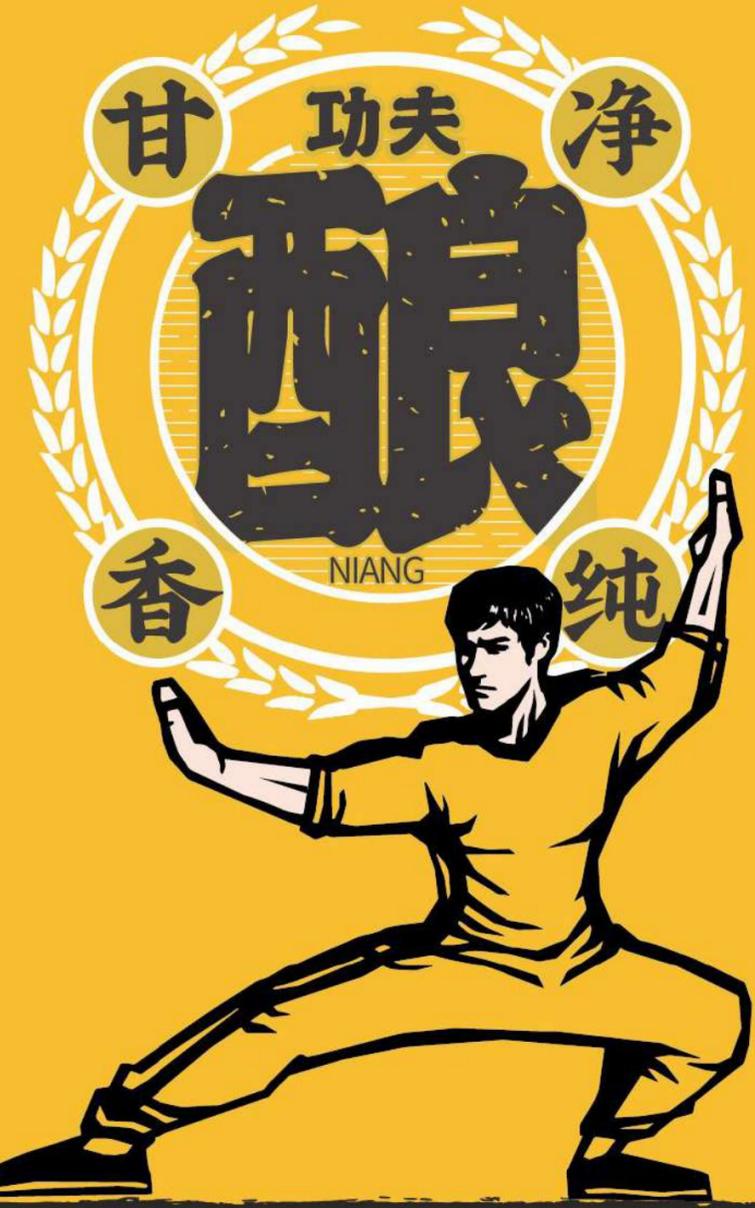
侨新1950®

永春老醋



中国四大醋 侨新一品酸

侨新1950永春老醋荣获2022年度国际顶级美味奖章



战略大单品

尖的产品：

B个BA0 市场占有率的战略大单品

超过BAA个B0 市场占有率的产品

B0个月单品破亿 ↗



小米 终端形象

尖的终端形象：

终端自媒体化工程
发起货架上大规模销售静销力

老恒和

始创于清咸丰

终端陈列部署及效果

特陈 入口及收银台

靠近入口打地堆
收银台边堆割箱
收银台上盒子放



超市-靠近入口打地堆



超市&小店-收银台旁堆割箱



超市&小店-收银台上盒子放

特陈 主通道

主通道上必打堆
旁边可靠落地箱
割箱谈也能上



超市-主通道上必打堆



超市-旁边可靠落地箱



超市-割箱谈也能上

特陈 调味货架

优质门店上端架
货架空隙别忘记
割箱落地好主意



超市-优质门店上端架



超市&小店-货架空隙放割箱



超市&小店-货架空地放落地箱

特陈 通道

门店过道空地多
割箱效果很不错
落地箱子也能放



超市-过道两边放割箱



超市-过道两边落地箱

特陈 生鲜冰柜区

趁着缝隙就上箱
关键还是称台旁
冰台菜台要注意
上个架子冲第一



生鲜区靠割箱



称台处靠割箱



冰台架上放1.75L料酒



生鲜区架大靠落地箱



称台处靠落地箱



蔬菜台架上放码乳

黄金货架

集中化陈列效果



形象地堆

集中化陈列效果



价盘规划

尖的价格盘规划：

高端产品价格盘优化启动凡勃仑效应

战略落地一年

业绩增长1 A0

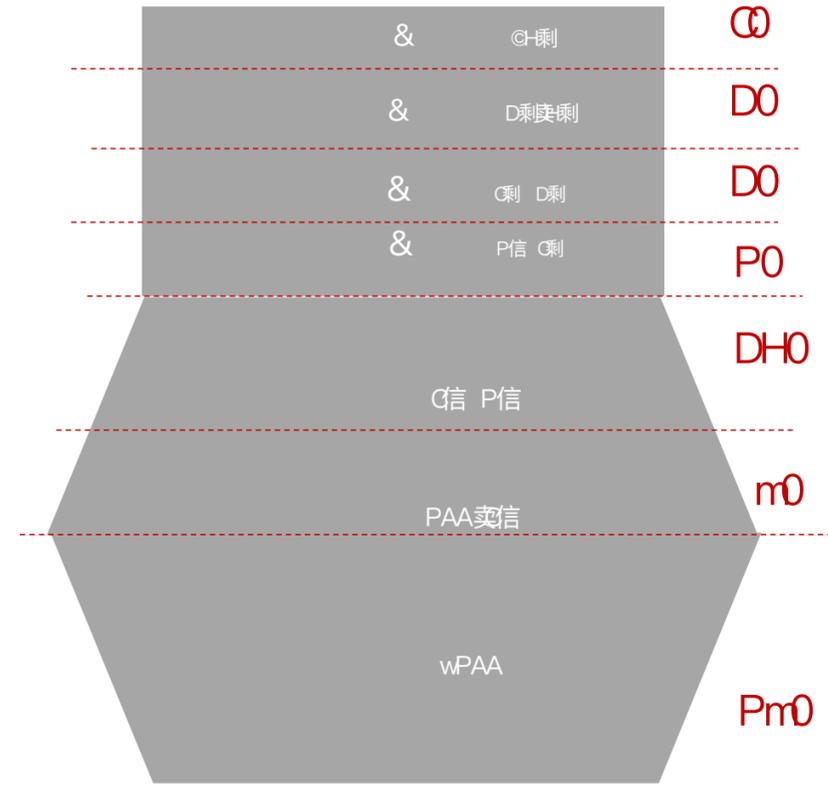


红官窑®

HONG-GUANYAO

始於1905·東方禮瓷

红官窑价盘体系：调整前

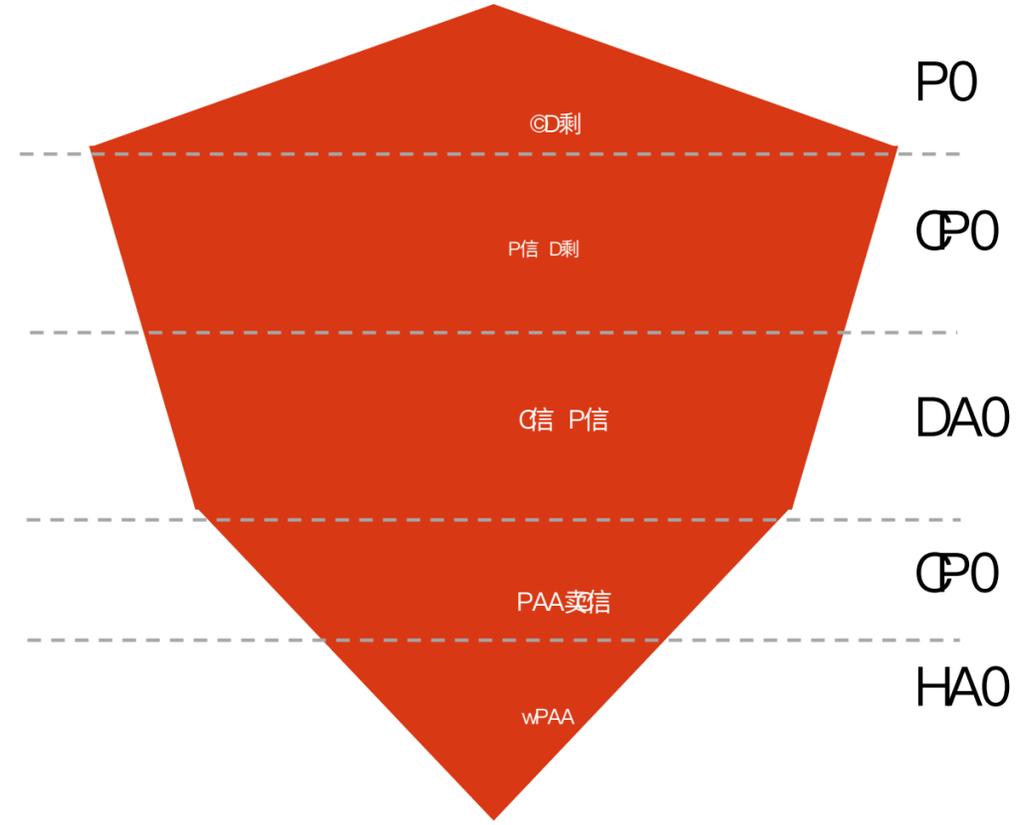


红官窑价盘体系：调整后

■ &

划到

划到 形成CHDC纺锤形价格带



小 渠道落地

尖的渠道落地：

一线一点、一线多点
渠道下沉启动五大铺面计划

战略落地G年

业绩增长BOO



易太，就是畅销菜！

招商大会

尖的招商大会：

多招商，招好商，招大商

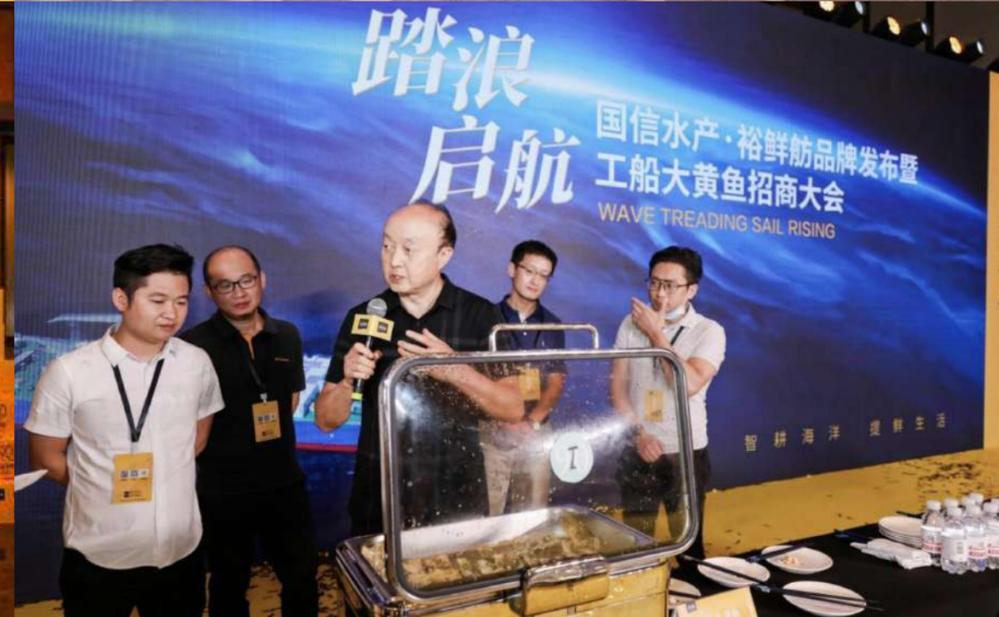
新品牌首次招商大会

当日现场签约额破亿



国信水产





小 样板市场

尖的样板市场：

比附一线，地市破局增长
打造渠道盈利模型

DADD年经销商

新增CAA家



大将军[®]瓷砖
MARSHAL CERAMICS



大将军瓷砖广告投放整体作战地图（高势能区域、外围区域、核心区域）



高铁通道媒介



主干道大屏幕



小区闸道媒介



建材城入口



建材城电梯扶手



机场大厅媒介



公交站台媒介



城市加油站媒介（灯箱）



建材城停车场



建材城大厅



轻轨车厢媒介



公交车体媒介



建材城外立面



建材城引路地贴



建材城引路地贴

小 公美大会

尖的公关：

占领行业话语权
占领行业思想制高点



孩子王战略级公关运动

中国母婴行业领袖峰会暨ODOK童粉节

占领制高点，抢占行业话语权，赢得行业标准



议程拟定
SUMMIT AGENDA

【孩子王·中国母婴行业领袖峰会暨 第三届1218童粉狂欢盛典】

13:25-13:30	开幕致辞 中国连锁经营协会秘书长 彭建真
13:30-13:50	产业视角 (趋势篇) 【政策解读】从十三五规划看连锁零售的升级方向与发力点 国家电商示范城市创建工作专家咨询委员会专家组组长清华教授 柴跃廷
13:50-14:10	【产业前瞻】 孕婴童产业消费者洞察与零售趋势解读 尼尔森快消零售行业副总裁 伍懿华
14:10-14:40	【开放思考】 社交网络的完全链接，将如何影响整个零售行业 有赞创始人 白鸦
14:40-15:20	【CEO说】 AI无界，不忘初心 孩子王联合创始人兼CEO 徐伟宏
15:20-15:40	【白皮书发布】 “单客经济+智能零售”，风口下的母婴市场大盘与增长 亿邦动力网总裁 贾鹏雷
15:40-16:10	【智能零售】 科技力 人为本 孩子王产品经理 朱建
16:10-16:40	【成长生态发布】 爱成长 梦飞翔 孩子王成长+产品经理 程向升
16:40-16:50	【育儿大学发布】 『孩子王育儿』大学发布 孩子王育儿大学执行校长 杨洁
16:50-17:20	孩子王育儿大学启动仪式
17:20-17:50	【董事长说】 商业变革大风口来临，五星的一些思考与探索 五星控股集团董事长、孩子王董事长 汪建国



广告战役

尖的广告战役：

行业关键节点的关键窗口期

饱和度攻击占位增长

KAO

年度业绩增长



行业规模第一



啄木鸟 家庭维修

www.zmn.cn

啄木鸟家庭维修小区广告投放模型打造

★ 保底O件套

黄金CA件套

全能GC件套

Hi光

围绕原点人群，饱和式攻击，在每个节点机关算尽
让顾客有维修需求时反复看到



啄木鸟 家庭维修 www.zmn.cn 第三方家庭维修行业 全国规模第一 9465161

正规家庭维修 就找啄木鸟

除了感情不修，啥都修！

- 正规 家电维修 家电清洗
- 正规 墙面翻新 防水补漏
- 正规 管道疏通 水电维修
- 正规 家具门窗 电脑维修

24小时维修电话 **40000 80000**

啄木鸟家庭维修

新会员好礼 **¥800** 红包

质保工程保修 中国质量认证中心(CMA) 11001-2016/ISO9001:2015 认证

决战 终端战役

尖的终端战役：

终端是销售流速的发生地

终端是品牌复利效应的最小竞争力单元

香飘万店，百日攻坚

老恒和

始创于清咸丰

百日攻坚及满城飘香计划



集中铺货
决胜终端火热进行中.....



满城飘香
The South Of Wine
Permeates The City

铺市重点工作
做好基础动作
坚持带来效果



满城飘香
The South Of Wine
Permeates The City



老恒和
始创于清咸丰

喜报

华东区域百日攻坚上半场
出货销售

45109

箱

招商电话 0572-2123225
扫描二维码 逛官方店铺

老恒和
始创于清咸丰

喜报

华东区域百日攻坚上半场
覆盖网点

9685

个

招商电话 0572-2123225
扫描二维码 逛官方店铺

老恒和
始创于清咸丰

喜报

华东区域百日攻坚上半场
携手经销商

69

家

招商电话 0572-2123225
扫描二维码 逛官方店铺

内容营销

尖的内容营销:

三棵树 健康6 n

曝光量 (人次)

1.9B亿

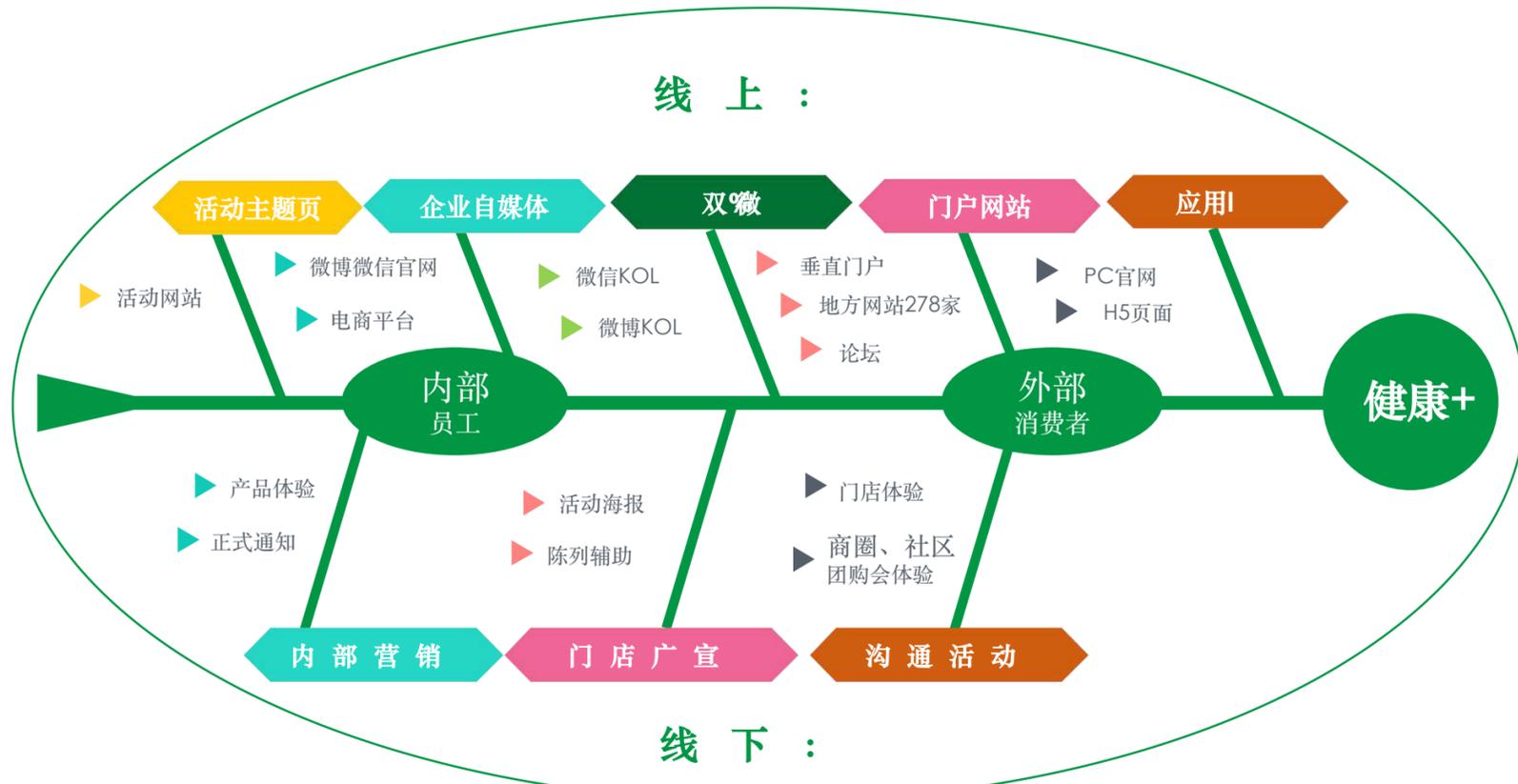
点击量 (人次)

111万

新品S个月大卖 (元)

0.90亿





健康+ 让家更健康

鲜呼吸 360

健康+ 创五项健康新标准

首席呼吸官CBO 非你莫属

有奖征集 30 健康标准

专心在漆 用心在人

扫码了解新标准

5798687

健康+新品抢鲜 不凡人生，不凡产品

马上出发

分享： 400-882-3777/800-858-4333

阶段一：健康6首席呼吸官



阶段二：人生GA健康新标准

做个环保使... 今天你微笑了吗... 每天走路一小... 常和亲友聊聊天... 告别低头族... 学会赞美别人

30 健康标准

【活动规则】

- 1.第一期活动结束后，抽取50名网友的健康官票进行投票
- 2.最终投票选出前十名健康官票，并将此次票选的前10名列为三棵树人生健康新标准，每人每天可投3票，快快分享邀请好友助力吧~
- 3.本次活动主办方为三棵树涂料股份有限公司，在其授权范围内拥有活动最终解释权。

【第2波活动奖品】

- 第一名：健康+2万元马上住服务券（1张）
- 第二名：健康+体康游戏机（1个）
- 第三名：健康+VR眼镜（1个）
- 健康+笑：健康+记步手环（7个）
- （健康+2万元马上住服务券说明：点击查看）

阶段三：一桶好漆的生态之旅



阶段四：晒家u +



阶段五：致匠心yl

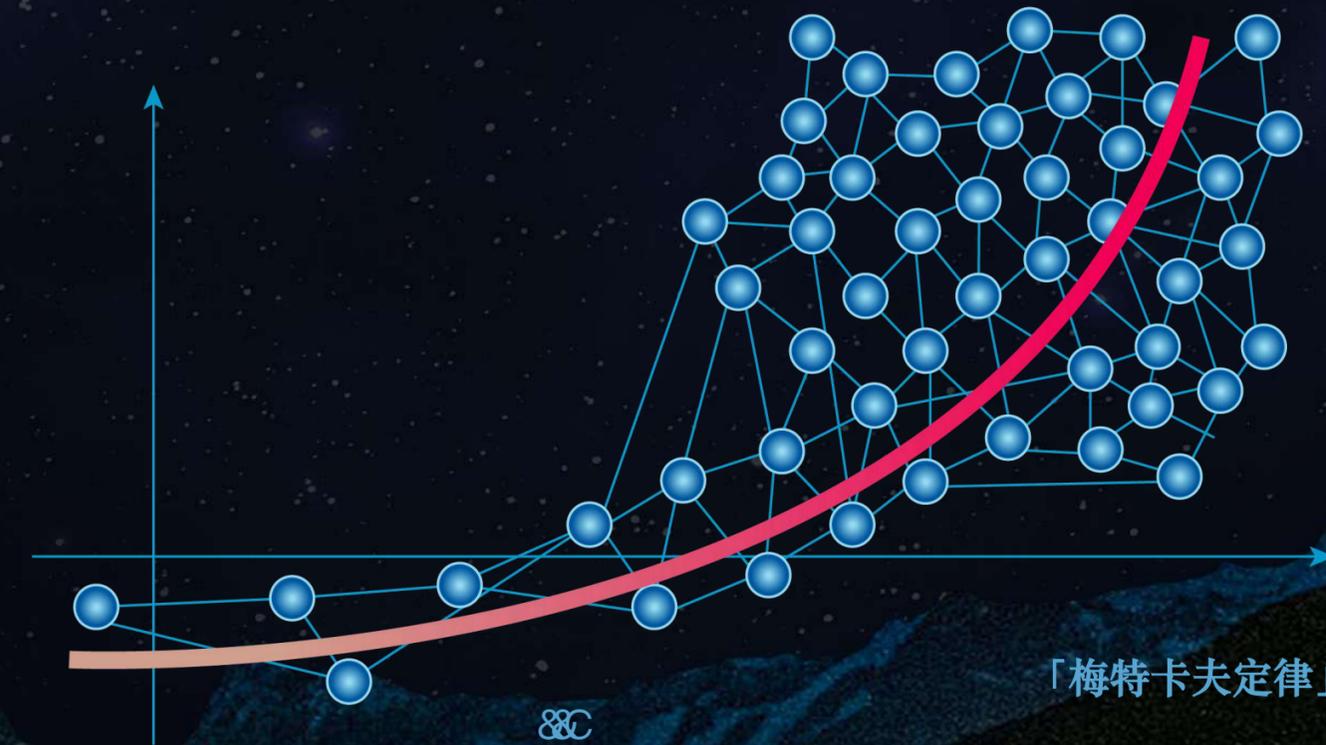


大尖帶小尖

一尖到底 嘍处处领尖

建立一组独一无二的经营活动

会形成网络效应及涌现效应，具有不可竞争性



只尖一点
今天可以卖货

领先多一点
明天还可以卖货

处处领先
后天还可以卖货

我们要今天可以卖货，明天还可以卖货

后天依然可以**卖货**

我们要今天可以生存，明天还可以生存

后天依然可以生存

必须掌握的欧赛斯25大

「卖货增长」实战模型

I KNOW

「美」

五卖

样板市场打造「达摩五卖」

01 为什么

2验2建2练1测

- 验战略
- 验模式
- 建信心
- 建体系
- 练队伍
- 练模型
- 测市场

02 做什么

5定样板



03 怎么做

8试 3定 3张表



04 何成果

输出5个一

- 一个确定的战略和商业模式
- 一套城市打法
- 一套营销管理体系
- 一系列销售实战工具
- 一个能征善战的团队

05 规模化

全国扩张3原则

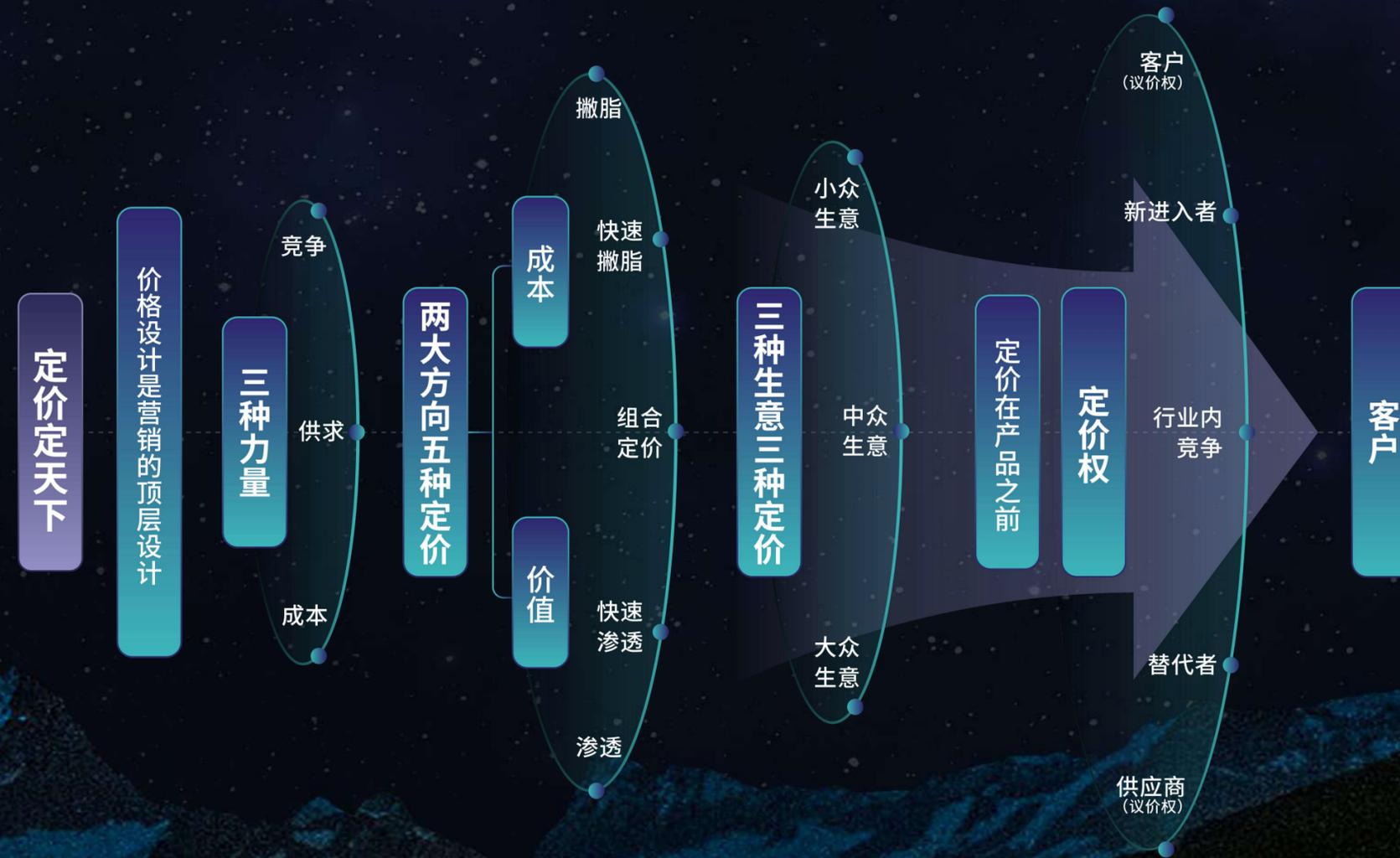


品类创新「六卖神剑」



七卖

产品定价「七卖武器」



天龙八卖

产品策划「天龙八卖」



九卖

营销战役「独孤九卖」

重复

加码

战役1
造势公关

战役2
饱和硬广

战役3
强势渠道

战役4
战略单品

战役5
导购促销

战役6
样板战区

战役7
终端活动

战役8
提效门店

战役9
造节运动

次序

兵力

每家企业都可以
伟大年年卖货

因为每家企业都能
与众不同

外部环境越寒冷

你越要调整你的竞争姿态

你越要找到你的竞争位置

你可以做砍人、砍费用、砍预算
但不能没位置，没方向、没优势

无商

尖

不尖

找到你的领尖点

大尖帶小尖

以大山般的力量压强到针尖般的点上

装上超级引擎 轰鸣动盈利飞轮

超级品牌新引擎

品



最后

让我们再次听一下超级品牌引擎的声音





感谢聆听 | 欧赛斯