

Другие бренды VCD-плееров сошли с ума, когда начался второй этап промо-акции. Разве эта акция не должна закончиться через некоторое время? Эта акция продолжалась почти 2 недели. Теперь началась вторая фаза. Кто будет заниматься такими вещами?

Другие компании также поняли, что кроме раздачи дисков, есть еще розыгрыш призов. Только немногие смогут выиграть главный приз, а в 99% случаев покупатели смогут выиграть VCD-диск. Это привело к тому, что многие потребители предпочли купить VCD-плееры Wind and Rain. Почти все в этом мире любят маленькие сюрпризы в своей жизни.

Sony была первой компанией, которая отреагировала на это. Это произошло потому, что Sony была вторым в мире производителем дисков VCD. Хотя Sony получала прибыль от дисков, по сравнению с Wind and Rain Electronics, Wind and Rain Electronics зарабатывала больше!

Несмотря на то, что компания Philips не производила VCD-плееры, она производила VCD-диски. Сейчас они занимали 3-е место в мире по производству дисков VCD.

Это произошло потому, что Фэн Юй сказал Philips, и Philips отказалась от идеи производства VCD-плееров и сосредоточилась на технологиях производства дисков.

Конечно, примерно через месяц Philips также представит проигрыватели Super VCD. Philips не хочет производить дешевые товары. Они хотят продавать только лучшие продукты. Это позиционирование их бренда. Акции по снижению цен повлияют на имидж бренда, а это было не то, чего хотела компания Philips.

Но Фэн Юй был готов пойти на это. В любом случае, после снижения цен на VCD-плееры прибыль сохранилась. Бренд Wind and Rain также увеличит свое влияние. Что касается имиджа бренда, у Фэн Юя в рукавах были и другие уловки. Подарим несколько дисков? Мы уже согласились с ценами, что такого в том, чтобы раздать несколько дисков? Мы можем провести такую же акцию!

Итак, все производители VCD начали снижать цены и раздавать бесплатные VCD-диски. VCD-плееры Wind and Rain раздавали 2 диска в качестве бесплатных подарков?

Мы раздадим 3 или даже 5 дисков!

Проводите розыгрыш призов? Мы сделаем то же самое. Модель розыгрыша будет точно такой же, как и у вас, но призы будут лучше. Мы раздадим и другие наши товары, а заодно очистим наши остатки".

Цзян Ваньмэн позвонил Фэн Юю и сказал ему, что другие компании начали подражать их рекламным акциям. Особенно Toshiba. Их рекламные акции были почти идентичны их. Если так пойдет и дальше, продажи других компаний возрастут до нормального уровня.

Другие бренды начали подражать им? Это нормально. У Фэн Юя в голове было много хитростей. В своей прошлой жизни он видел всевозможные рекламные акции. Многие из них были придуманы китайцами, а китайцы были лучшими в создании всевозможных рекламных акций!

Хотя Фэн Юй в своей жизни не проводил никаких акций, он видел их слишком много. Он мог бы с легкостью назвать лишь некоторые из них, и пусть те компании не смогут их догнать!

.....

После второго этапа акций Фэн Юй заставил компании, купившие разрешения, снова блевать кровью. Эти компании думали, что второй этап закончился, но начался третий этап акций!

Летние каникулярные распродажи. Студенты получают скидку 10%.

Компании по производству VCD-плееров были ошеломлены. Что это, черт возьми, была за акция?!

В США VCD-плееры считались бытовой техникой. Как студент может себе это позволить? Даже если студенты захотят купить, смогут ли они себе это позволить? Любой, кто докажет, что он студент, получит скидку в 10%? Это будет бесплодный подход!

Другие компании смеялись над "Ветром и дождем", но они понимали, что что-то не так. Многие родители привели своих детей, чтобы купить VCD-плееры. Их дети были студентами, но у них не было денег. Все в порядке. Их родители могут себе это позволить. Трагедия производителей VCD-плееров началась снова. Их продажи упали еще больше, а продажи Wind and Rain увеличились. Этот вид продвижения намеренно оставил лазейку для потребителей.

Это позволит потребителям почувствовать, что они получили хорошую сделку и воспользовались преимуществами акции. Но цель этой акции заключалась в том, чтобы продать продукцию потребителям и позволить бренду войти в домашние хозяйства!

Когда началась третья фаза промоакции, вторая фаза не закончилась. Обе акции проводились одновременно. Другие производители VCD-плееров находились под огромным давлением.

Но когда другие компании попытались повторить акции Wind and Rain, они поняли, что результаты были неудовлетворительными. Это было связано с тем, что те семьи, которые хотели приобрести VCD-плееры, уже купили их, так как промоакции Wind and Rain и Aiwa на третьем этапе длились всего 3 дня. Большинство потребителей уже приобрели VCD-плееры. Объем продаж за 3 дня промоакции превысил объем продаж за предыдущий месяц. Что заставило другие компании потерять дар речи, так это то, что эта акция продолжалась и после 3 дней! Причина заключалась в том, что потребители хотели продлить эту акцию.

Что это за бессмысленная причина? Потребители хотят получить ваши VCD-плееры бесплатно. Почему вы не уступили их требованиям?

Хотя другие компании чувствовали себя беспомощными, они должны были признать, что бренды Wind and Rain, Aiwa и AIWA были лучше, чем они. Из-за этих трех компаний у них на складе скопились большие запасы.

Компании заметили еще одну серьезную проблему. Патентно-разрешительная плата, выплачиваемая Wind and Rain electronics, зависела от количества произведенных VCD-плееров, а их VCD-плееры оставались непроданными. Они не могли получить никакой прибыли, а Wind и Rain все еще собирали с них плату за авторизацию.

Компании поняли, почему Wind and Rain Electronics не отреагировала, когда несколько месяцев назад они снизили цены на VCD-плееры. Wind and Rain хотели, чтобы они увеличили производство.

Теперь, когда компании увеличили объемы производства, Wind and Rain VCD-плееры внезапно снизили цены и провели множество акций.

Их цель заключалась в том, чтобы эти компании имели серьезные запасы VCD-плееров.

Этот удар был тяжелым.

Компании оказались в затруднительном положении. Если они продолжат снижать цены, у них не будет прибыли. Если они ничего не предпримут, то продажи всех брендов в сумме будут меньше, чем у Wind and Rain. Они также не получают прибыли.

Компании, наконец, увидели, насколько отвратительна Wind and Rain Electronics. Вначале компаниям казалось, что 50 долларов США за авторизацию - это не так уж много, и они думали, что получили хорошую сделку.

Но в итоге это оказалась ловушка!

Компании вывели на рынок так много брендов и выиграли у традиционных VHS и Laserdisc. Они думали, что пришло время пожинать плоды. Но их ждала летняя жара. Бренды Wind and Rain, Aiwa и AIWA сияли как 3 солнца, сжигая их!

Компании страдали под этими солнцами. Они не могли видеть плоды своего труда, так как те почти высохли.

Черт! Каждый из нас посадил фруктовые деревья. Ваши плоды больше и вкуснее, и это нас устраивает. Но вы повернулись и убили все наши деревья. Мы даже не видели плодов! Самое обидное, что именно вы продали нам саженцы фруктовых деревьев!

Все мы остались стоять в стороне и смотреть, как вы продаете плоды". Sony была самой счастливой среди всех компаний. Другие компании теряли деньги, а Sony, к счастью, не производила VCD-плееры самостоятельно. Они сотрудничали с Toshiba. Они понесли некоторые убытки от предприятия по производству VCD-плееров, но их VCD-диски продавались быстро. Диски оказались более прибыльными, чем плееры!

Компании, которые в прошлом смеялись над Sony, были ошеломлены.

Авансовые главы

\$5 или больше в месяц

Доступ к 7 предварительным главам "Необыкновенный гений" и 2 предварительным главам "Власть и богатство".

\$10 и более в месяц

Доступ к 10 предварительным главам "Необыкновенный гений" и 4 предварительным главам "Сила и богатство".

\$20 и более в месяц

Доступ к 15 предварительным главам "Необыкновенная гениальность" и 8 предварительным главам "Власть и богатство".

\$50 и более в месяц

Доступ к 27 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 20 продвинутым главам "Сила и

богатство".

\$75 и более в месяц

Доступ к 35 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 30 продвинутым главам "Сила и богатство".

\$99,99 или более в месяц

Доступ к 45 продвинутым главам "Необыкновенный гений" и 40 продвинутым главам "Сила и богатство".

Мы высоко ценим вашу поддержку.

<http://tl.rulate.ru/book/12677/2081444>