Xiangxin Zhang all rights reserved. 张祥锌保留所有权利.

# 为什么Apple市场部深得我心?

分享人：张祥锌

# 让我们先来了解一下Apple市场部的构成

01 服务营销

Apple 的服务日益丰富，这支团队也在不断发展壮大，不断开创各种创新策略。加入他们，帮助 Apple 管理各类订阅媒体平台及 Apple Pay、iCloud 等服务的顾客关系生命周期营销工作。在 Apple，我们同步开发硬件、软件和服务，创造出精彩故事，再由你分享给全世界。**工作领域包括数字营销、社交媒体营销、直接营销、伙伴营销、生态系统营销、收益/商业战略、内容营销、产品营销、创意设计、品牌营销、顾客关系生命周期营销、产品管理、业务发展和支付服务营销**。

02 产品营销

产品营销团队的成员都是同时精通技术和市场的专家。这不难理解，因为他们需要关注整个产品的生命周期，从创意的形成，到产品开发，再到正式发布。加入这支团队，你将有机会参与 iPhone、macOS 和 iTunes 等各种产品和服务的流程管理。**你还需要与多个团队紧密协作**，其中包括设计、工程、法务、财务、销售、营销传播和技术支持等。**工作领域包括产品营销、产品管理、开发者营销、App 营销和企业营销。**

03 营销传播

营销传播团队负责创作信息，向全世界介绍我们的产品和服务，同时还要确保这些信息简明、唯美又不乏个性，与我们的产品所传递的感觉保持一致。**工作领域包括平面设计、文案创作、用户体验、内容管理、制作、创意运营、研究分析、广告、社交媒体、陈列、视频和动态图像，以及包装设计。**

04 企业通讯

我们的全球传播团队负责向全世界宣传 Apple、Apple 的创新产品和服务，以及 Apple 所秉持的价值观。**工作领域包括公共关系、公司活动、员工通讯以及口碑营销。**

Xiangxin Zhang all rights reserved. 张祥锌保留所有权利。

来源：https://www.apple.com/careers/cn/teams/marketing.html

## SIMPLICITY 简单

- Apple的**产品设计一向从简，市场策略也是如此**。
- 不管是视觉还是文案，Apple都坚持简单直接，最明显的体现就是Apple的Logo
- 这样的营销策略在传递一种价值观：简单也可以有价值，满足的幸福感也可以来自简单的生活方式

## COMMUNITY 社群

- 社群建设**既稳固了现有客群，又帮助Apple传递品牌讯息给潜在客群**
- **“果粉”现在涵盖了：高管、艺术家、音乐家、设计师、专业人士、作家、儿童、青少年和退休人员**

## EXPERIENCES 体验

- 买Apple的产品不只是在买产品本身，而是**在买一种值得期待的体验，**包括但不限于：完善的售前售后，完美的产品生态，etc

Xiangxin Zhang all rights reserved

# Apple市场部为什么是一个好的市场部?

(众多友商市场部没能做到的是什么)

# Simplicity 简单

- **市场部从来不玩数字和文字游戏，**消费者可以轻松获取他们需要的信息（如价格和配置），这种纯粹也许是出于对产品的自信
- **市场部专注于让产品变得简单而且直观**，这意味着对每一个细节都非常关注，一个例子是简化开箱体验，这使得产品第一次与消费者见面就具有仪式感
- **市场部始终遵循创始人乔布斯的理念**：“我们经营公司的方式、产品设计、广告，这一切都归结为：让我们让它变得简单。真的很简单。”

All rights reserved. 张祥 保留所有权利.

来源：https://startuptalky.com/apples-marketing-strategy/
https://www.forbes.com/sites/christinemoorman/2018/01/12/why-apple-is-still-a-great-marketer-and-what-you-can-learn/?sh=17ed34d715bd

# Community 社群

- **市场部牵头和好莱坞的深度合作**使得Apple产品有众多荧幕露出 (product placement)
- **市场部牵手海量教育机构 (主要是K12和高等教育)** 培养了庞大的用户基础和使用粘性，包括学生，教职工和家长们
- **市场部与KOL的紧密合作**使得Apple在互联网上的热度持续
- **市场部定期组织线下和线上活动**，比如Apple Store中的Today at Apple课程
- **市场部喜欢讲故事，也能把故事讲好**，比如Apple Watch如何拯救心跳异常和摔倒的人。这些用户成为了死忠粉，也成为了Apple的公关资源

Xiangxin Zhang all rights reserved. 张祥鑫保留所有权利.

来源：https://www.crazyegg.com/blog/why-is-apples-marketing-good/#:~:text=Apple's%20Marketing%20is%20Built%20on%20Simplicity&text=That's%20how%20Apple%20has%20consistently,relying%20on%20pomp%20and%20circumstance.

# Community 社群 - 在中国的例子

Apple市场部为什么是一个好的市场部?

Apple市场部在中国市场建设社群的努力

来源：https://zhongce.sina.com.cn/article/view/29856/

Xiangxin Zhang all rights reserved. 张祥锌保留所有权利

# Experiences 体验

- **市场部强调体验，而非产品本身**，这种营销哲学早在Macintosh（初代Mac）的时代就诞生了
- **市场部致力于推动独特的价值主张：**广告中几乎见不到推销术语和技术细节，只有Apple想要满足的价值
- **市场部在坚持传达无比一致的Apple体验**：将每一个消费者触点（touchpoint)，包括产品，官网，直营店/授权店串联起来，让消费者乐意接触Apple
- **市场部非常了解目标客群**的喜好，痛点，习惯以及沟通方式，所以营销信息能够直击消费者的内心

来源：https://www.crazyegg.com/blog/why-is-apples-marketing-good/#:~:text=Apple's%20Marketing%20is%20Built%20on%20Simplicity&text=That's%20how%20Apple%20has%20consistently,relying%20on%20pomp%20and%20circumstance.

Xiangyin Zhang all rights reserved. 张祥银保留所有权利.

# Experiences 体验 - 在中国的例子#1

Apple市场部为什么是一个好的市场部？

Xiangyi Zhang all rights reserved 张祥怡版权所有

Apple市场部没有一个广告全球通用，而是用心地为中国市场特别制作广告短片

# Experiences 体验 - 在中国的例子#2

Apple市场部为什么是一个好的市场部？

Apple市场部洞察到中国消费者喜欢红色，并习惯性将红色与节日联系到一起

iPhone7的红色特别版本

Jianxin Zhang, all rights reserved. 张祥锌保留所有权利.

- 苹果赋予“中国红”特别的寓意，苹果官网的RED版本的收入都将捐赠给全球基金这一慈善组织，主要用于艾滋病的研究、治疗、预防等项目。
- 在2021的中国新年中，苹果还专门推出牛年限量的AirPodsPro，具有限量版的牛图形镌刻。

# Apple市场部的这些策略别人可以学得来吗?

# 我的答案是:
# 至少现阶段，学不来

Xiangxin Zhang All rights reserved 张祥锌保留所有权利.

# 为什么别人学不来Apple市场部的这些策略?

我们先来听听别人怎么说

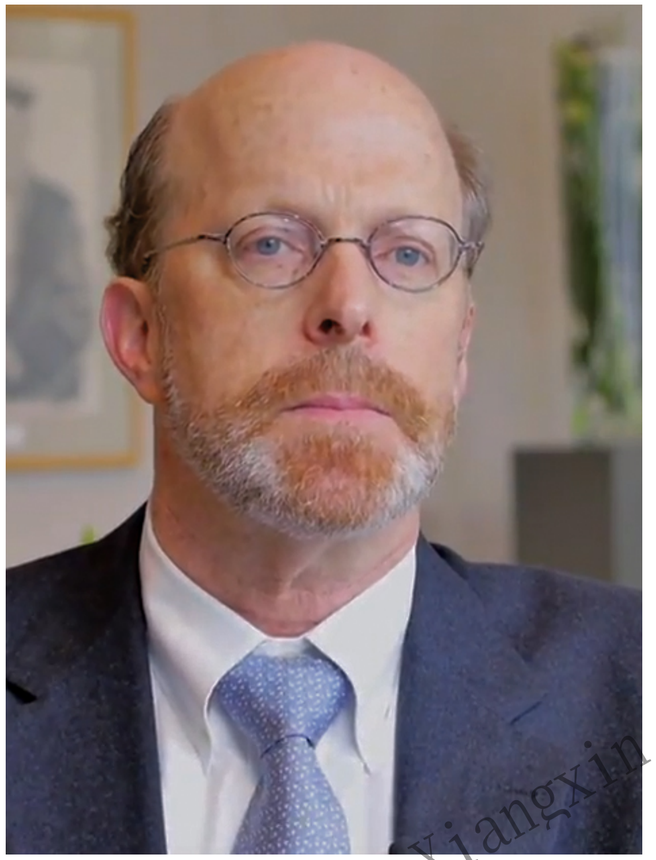
知名行业分析师Horace Dediu写过一篇文章
“Why doesn't anybody copy Apple?”
（为什么没有人抄袭苹果？）

Apple现任CEO - Tim Cook指出：
“**整合和强大的团队**是 Apple 的独特优势
（但也请注意Apple的魔法和信仰）”

来源：https://ceklog.kindel.com/2013/02/19/why-nobody-can-copy-apple/#:~:text=Apple's%20products%20are%20unique%20not,for%20any%20company%20to%20replicate.

Jianxin Zhang all rights reserved. 张祥辛保留所有权利.

# 为什么别人学不来Apple市场部的这些策略?



沃顿商学院教授 Dan Levinthal

"What Apple’s competitors really envy is the company’s control of its ecosystem."

“苹果的竞争对手真正羡慕的是公司对其生态系统的控制”

Xiangxin Zhang all rights reserved. 张祥锌保留所有权利.

来源：https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/vertical-integration-works-for-apple-but-it-wont-for-everyone/

# 为什么别人学不来Apple市场部的这些策略?

沃顿商学院教授 David Hsu

“Apple is so large that it can dictate terms to contractors — a leverage point that other technology companies cannot match.”

"苹果的规模如此之大，以至于它可以向承包商规定条款——这是其他科技公司无法比拟的杠杆点"

来源：https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/vertical-integration-works-for-apple-but-it-wont-for-everyone/

Xiangxin Zhang all rights reserved. 张祥欣保留所有权利.

# 为什么别人学不来Apple市场部的这些策略?

## CEO的答案是："整合和强大的团队"

我的理解是：也许谷歌，微软，三星等竞争对手的市场部可以在某个维度超越Apple市场部，但Apple市场部的强大之处在于

**1.背靠Apple行业内绝无仅有的资源整合能力**

**2.拥有与组织内其他团队通力合作的能力**

**3.极度聚焦并洞察消费者的能力**

Xiangxin Zhang, all rights reserved. 张祥锌保留所有权利.

Xiangxin Zhang all rights reserved. 张祥锌保留所有权利.

# 分享就到这里，谢谢

XIANGXINZHANG.COM
XIANGXIN@CONNECT.HKU.HK