

# 里斯·特劳特二十二条商规

01、领先定律：成为第一胜过做得更好

02、品类定律：如果你无法在现有品类中成为第一，那么就创造一个新的品类使自己成为第一。

03、心智定律：在心智中成为第一胜过在市场中成为第一。

04、认知定律：市场营销不是一场产品之战，而是一场认知之战。

05、聚焦定律：市场营销最重要的是在潜在顾客心中占据一个字眼。

06、专有定律：两个公司不可能在潜在顾客心智中拥有同一个字眼。

07、阶梯定律：市场营销战略取决于你在潜在顾客心智阶梯中的层级。

08、二元定律：长远来看，任何一个市场都会演化成“两匹马赛跑”的局面。

09、对立定律：若想成为市场第二，那么你的战略应由第一决定。

10、分化定律：长期来看，每个品类都将分化成两个或更多品类。

11、长效定律：市场营销的改革需要从长期来看。

12、延伸定律：产品越多，市场越大，阵线越长，赚的钱反而越少。

13、牺牲定律：你如果想取得成功，就牺牲一些东西。

**14、特性定律：**要想成功，就必须有自己独特的认知或特性，并以此为中心展开营销。

**15、坦诚定律：**使自己产品深入人心的最有效方法是，首先承认自己的不足，之后再将其转变为优势。

**16、唯一定律：**大多数情况，你的竞争对手只有一个容易攻破的薄弱环节，正是这个环节，应该成为你全力以赴攻击的焦点。

**17、莫测定律：**除非是你为竞争对手制定计划，否则你无法预测未来。

**18、成功定律：**成功经常导致自大，而自大导致失败。

**19、失败定律：**面对失败，更佳战略是尽早发现错误，并及时采取措施以停止损失。

**20、炒作定律：**实际情况往往与媒体宣传的相反。

**21、趋势定律：**通过淡化时尚，就能使产品流行的时间延长，从而使它更象是一种趋势。

**22、资源定律：**就算是世界上最好的想法，如果没有启动资金，它也不会成为现实。