



## A marketing 22 vastörvénye

1. **Az indulási vezérpozíció törvénye.** Fontosabb elsőnek lenni, mint jobbnak.
2. **A kategória törvénye.** Ha nem lehetsz elsőként piacon egy adott kategóriában, állíts fel egy új kategóriát, amelyben első lehetsz.
3. **A koponya törvénye.** Jobb elsőnek lenni a koponyákban, mint elsőnek lenni a piacon.
4. **Az érzetek törvénye.** A marketing nem a termékek, hanem az érzetek csatája.
5. **A fókuszálás törvénye.** A marketing egyik leghatékonyabb fegyvere, hogy birtokoljunk egy szót a potenciális vevő koponyájában.
6. **A kizárólagosság törvénye.** A vevő fejében nem birtokolhatja egyszerre két vállalat ugyanazt a szót.
7. **A létra törvénye.** Az alkalmazandó stratégia természete attól függ, a létra melyik fokán állsz.
8. **A dualitás törvénye.** Hosszú távon minden piaci küzdelem egy kétlovas versennyé válik.
9. **Az ellentétek törvénye.** Ha a második helyet céloztad meg, stratégiádat mindig az előtted lévő határozza meg.
10. **Az osztódás törvénye.** Egy kategória idővel osztódni fog, és két vagy több kategória lesz belőle.
11. **A távlat törvénye.** A marketinghatások csak hosszabb idő után mutatkoznak meg.
12. **A lineáris választékbővítés törvénye.** Ellenállhatatlan nyomás hajt egy márka által biztosított nyereség növelésének irányába.
13. **Az áldozat törvénye.** Ha valamit meg akarsz kapni, valamit fel kell adnod.
14. **A tulajdonságok törvénye.** Minden tulajdonságnak megfelel egy ellentétes, eredményes tulajdonság.
15. **A nyíltság törvénye.** Ha elismersz egy negatívumot, a vevő valamilyen pozitívval fog felruházni.
16. **Az egyedülállóság törvénye.** Minden helyzetben csak egyetlen olyan húzás van, ami komoly eredményt hoz.
17. **A megjósolhatatlanság törvénye.** Nem tudod megjósolni a jövőt, hacsak nem te készíted a konkurencia terveit.
18. **A siker törvénye.** A siker gyakran arroganciához vezet, az arrogancia pedig kudarchoz.
19. **A kudarc törvénye.** A kudarcra számítani kell és el kell fogadni.
20. **A mesterséges szenzációkeltés törvénye.** A helyzet gyakran pontosan az ellenkezője annak, ami a sajtóban megjelenik.
21. **A gyorsulás törvénye.** A sikeres marketingprogramok nem felkapott irányokra, hanem trendekre épülnek.
22. **Az erőforrások törvénye.** Megfelelő finanszírozás nélkül lehetetlen egy ötletet sikerre vinni.

\* Az itt felsorolt 22 marketing alaptörvény nem saját gondolatainkat foglalja össze, hanem pontos idézet Al Ries és Jack Trout 2007-ben, a Bagolyvár Könyvkiadó kiadásában megjelent könyvéből (Al Ries és Jack Trout - A marketing 22 vastörvénye / Bagolyvár Könyvkiadó 2007).