

# 小S货又想挨C了叫大声点-逆袭之路小生

<p>逆袭之路：小生意人如何通过大声营销破圈</p><p></p><p>在当今的商业竞争中，小

企业面临着巨大的挑战。为了让自己的产品或服务脱颖而出，许多小S

货（即小型微型企业）开始尝试各种营销手段，其中之一就是大声点的

营销策略。</p><p>所谓的大声点，即通过一些非传统的手段来吸引顾

客的注意，比如使用较为夸张或有趣的话语、情景或者视觉效果来打动

潜在客户。这一策略虽然简单，但往往能产生意想不到的效果，因为它

能够帮助品牌迅速吸引公众关注，并且容易被分享和传播。</p><p><i

mg src="/static-img/nubCnsMdc4D2usSP\_vIEMZ7BW0G9hifm7Q

kbNKzrVIOYVs30XLcnByvUkVUi3QaMOvKle3FYtmd1eDezphTzurj

BeAG6rQFyEmWF-cW8BYWGa5\_ESrDhbOq5No0pmYgL-AwQYEG

aj6pA2AHrbWv7uPQYJQfLyK6Qo4QrX7hGG2J1U8bxpomp\_Ffus

WJ-yvxi.jpg"></p><p>例如，有一个名叫李明的小店，他经营的是一家

专门制作手工艺品的小店。他发现自己的小店尽管质量上乘，但是由于

位置偏僻，流量并不多。于是，他决定尝试一下大声点的营销策略。

</p><p>李明设计了一款充满创意和幽默感的小广告，在社交媒体上发

布了这个广告。广告内容是一个假设的情景：如果他的手工艺品是可以

说话的话，它们会怎么样？这次，他将一个看起来很酷炫但实际上只是

普通瓷器做的一个视频上传到了抖音平台，很快便获得了大量的观看量

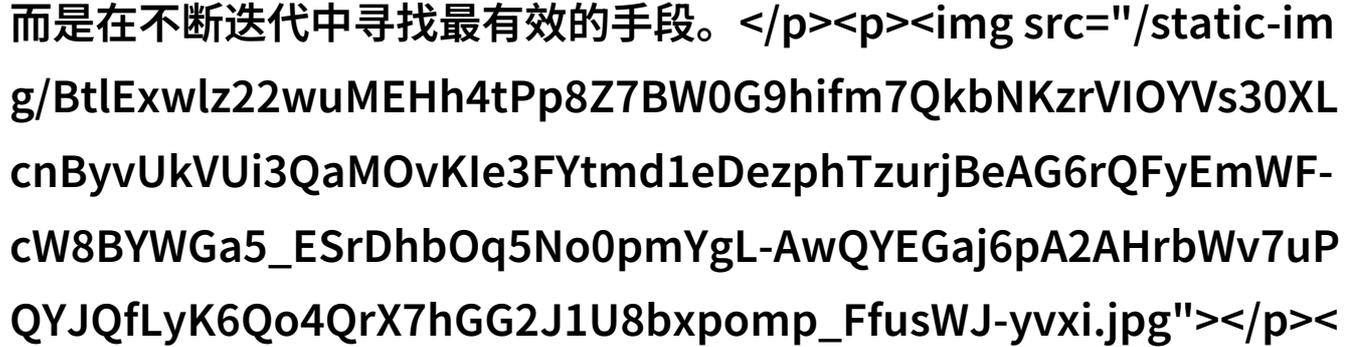
和转发。</p><p></p><p>这个案例显示出来，大声营

销不仅能够增加曝光度，还能够提升品牌形象，使得原本可能被忽视的

小S货也能挣脱原有的C级市场（即低端市场），步入B级甚至A级市场

。在这个过程中，“小S货又想挨C了叫大声点”这一说法成为了很多小企业追求突破瓶颈的一种心态，也是他们成功故事中的重要组成部分。

然而，这种方法并不是万能的，每个行业每个产品都有其特定的适用范围。如果没有深入了解目标消费者群体，就很难找到合适的大声点，因此，小企业需要根据自身情况灵活运用不同的策略。而对于那些真正想要“挨C”的则应该更加审慎，不要因为一次失败就放弃，而是在不断迭代中寻找最有效的手段。



[下载本文pdf文件](/pdf/613121-小S货又想挨C了叫大声点-逆袭之路小生意人如何通过大声营销破圈.pdf)