

为什么巧克力、牛奶、夹心饼干的原创还照死灵活，而他的抄袭者奥利奥去火遍全球，一个重要的原因就是营销策略！您刚刚私做广告都喜欢说自己好吃或者有营养，奥利奥对这些一概不提。1923年奥利奥在广告中强调，吃之前要牛一牛，到了1924年，有一半的顾客会在吃奥利奥之前把它扭开，1950年奥利奥的广告中强调扭开后要舔一舔。终于到了1995年，有了我们现在耳熟能详的扭一扭、舔一舔，再泡一泡，这些广告都在告诉消费者怎么通过这样简单的动作玩奥妙。

为什么这样的广告会有效呢？因为饼干的主要目标人群是小孩，小孩就喜欢好吃和好玩的东西，在广告上跟小孩说我们家的饼干特别好吃，他们很难感受得到。但是如果你告诉小孩，我的饼干可以怎么玩，一个饼干满足又好吃又好玩，两个月，孩子肯定是吵着跟爸妈要买，同质化严重的领域，需要给受众输入一个独特的记忆点，才能突出重围。