

冰红茶卖的最火时，发明者一瓶都没卖出去，冰红茶饮料无人不知，但它的发明者北华E也恐怕没几个人知道。1999年这家公司发明了冰茶饮料，当时没有人知道消费者能不能接受冰冷差异，所以他们组织了5场严谨的双盲口味测试，结果显示消费者非常抗拒冰卡，于是他们决定放弃这个品类，半年后旭日升的冰茶在全国范围内畅销。再过一年，康师傅冰红茶横空出世，冰力十足的口号让人耳目一新，北华一夜想再追赶市场已经无力回天了。为什么口味测试结果会与事实相反，这是因为口味测试是在大冬天进行的。

参加测试的受试者从寒冷的室外到达现场，还没等身子暖过来就开始了测试。大冬天喝冰桶卡是谁喝了身体都会难受，而冰红茶主要是在夏天卖出去的。测试环境与实际消费环境的变差，让这家企业错过了一个做大做强机会。企业推广产品是既需要系统的思维看待全局，也需要关注每一个细节，从局部出发完善产品，关注客户当下面临的问题和需要，才能避免满盘皆输，你认同吗？认同的关注点赞。