

<<花小钱办大“市”>>

图书基本信息

书名：<<花小钱办大“市”>>

13位ISBN编号：9787111314622

10位ISBN编号：711131462X

出版时间：2010-8

出版时间：机械工业出版社

作者：荣振环

页数：201

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<花小钱办大“市”>>

### 前言

任何成功都是有方法可循的，正像产品都有使用说明书。

企业的营销同样需要一本有效的指导书，因为营销就是一种技能。

而所谓的创新也不一定等同于创造；创新有可能是把其他行业中行之有效的方法用在你所在的行业中，这就是一种低成本创新。

然而，在企业的营销实践中，很多企业陷入误区，认为营销靠自己。

实际上，企业需要追求简单、轻松、快速、安全的成功方法。

你要从成功的营销中去找寻答案，借用这些已经被证明的行之有效的成功方法和策略，快速复制学习，这样才能以最小的代价获得最大的产出。

本书之所以叫《花小钱办大“市”：低成本营销术》，主要是帮助企业找到更好的营销方法，以一种独特的视角和创新的思维来感悟营销，用生动的案例和浅显实用的道理向你展示低成本创新营销的来龙去脉，培养你创新营销策划的能力，让你看了就能思考和实践，以最小的投入获得最大的收益。

在新的时代一切求新，《花小钱办大“市”：低成本营销术》能够启迪你新的营销智慧。

## <<花小钱办大“市”>>

### 内容概要

本书将带你穿越传统营销的迷雾，走进低成本营销的精彩世界。透过对无数成功案例的剖析和总结，形成了一套低成本赢销策略集，保证你看了就能用，用了就有效，彻底地提高你的营销智商。

让你的企业营销在成功的基础之上去开展，从成功走向成功。

书中，作者通过大量生动趣味的案例让你更深入体会低成本创新营销的来龙去脉，让你能够轻松掌握企业快速突破的实战招法和营销策略，从而帮助中小企业以最低成本在市场上有效提升业绩。

## <<花小钱办大“市”>>

### 作者简介

荣振环，中小企业营销策略研究专家，赢销智业管理咨询机构首席营销顾问，多家企业营销顾问，全球品牌网、价值中国网、博锐管理在线等数十家网络媒体营销专栏作家，《销售与市场》、《信息网络》等国内多家知名报刊特约撰稿人。

<<花小钱办大“市”>>

书籍目录

前言 第1章 低成本营销从创意开始 创意源自生活 低成本创意方法 创意的修炼之道 创意绝招 第2章 低成本营销思维 竞争思维 创造性思维 异化思维 关联思维 本质思维 简单思维 加码思维 链式思维 增值思维 争先思维 第3章 事件营销 从借开始 从找着手 从造起飞 用炒腾飞 新闻营销 第4章 体验营销 参与体验, 渗入流程 “我看见我相信”的体验营销 追踪到消费者的心理, 挖掘其需要的体验 体验到身份 预留管道 与顾客合作 创造顾客试用的机会 营造符合顾客心理的最佳体验 创造物超所值的感觉 创造免费体验形成习惯 第5章 整合营销 整合营销的基本理念和思路 整合的方法 第6章 网络营销 网络营销的特点 博客营销 巧用播客或视频营销 巧用电子邮件开展低成本营销 第7章 低成本营销术 逆向营销术 第一营销术 傻瓜营销术 杠杆借力营销术 对立营销术 卖点营销术 宾主两宜营销术 佣金下放营销术 第8章 低成本营销策划案例赏析 小书店的蓝海营销之道 牙医诊所倍增利润的营销秘笈 后记 参考文献

## <<花小钱办大“市”>>

### 章节摘录

1. 创意专家这是眼下一个最重要的来源，主要是多与创意专家接触交流，或者直接接受创意专家、策划师或咨询顾问的培训。

这些智业人士读的书多，接触的人和项目也多，易于发散联想和整合资源，同他们交流可以增长见识，而且专家可以站在局外人的角度，凭借自身对多行业接触与研究的背景，能够更好地帮助企业开展创新，帮助企业开阔视野和格局。

我记得世界排名第一的催眠大师马修·史维说过：“你的格局一旦被放大之后，再也回不到你原来的大小。

”如果我们的格局，是一个杯子的大小，那么最多就只能装一个杯子的水。

但如果我们把自己的格局变成一只桶的话，可以装的水就变多了。

如果再把桶变成浴缸，变成游泳池……可以说，当格局越来越大的时候，我们装进去的东西就越来越多。

因此，只要能够多与创意专家接触，就会快速提升我们的营销智商。

牛根生最初创业时经常找当时的著名策划人王力聊天，利用大师的发散性思维提升自己的感悟。

两天时间就只学了一句话，“不谋万事。

不足谋一事；不谋全局，不足谋一域”，老牛觉得很值。

所以，格局决定结局，从蒙牛的快速发展我们可以看到牛根生的战略眼光和胸怀。

从中我们可以理解，为什么很多文化不高的企业领导者能够在商海中制胜，就是因为他们经常与外脑碰撞，增长了很多知识和智慧。

所以，创意不需要闭门苦想，我们需要从别人的智慧中寻找答案。

2. 开发自我潜能自己的大脑，就是一个宝库，一个蕴藏着无限创意的宝库，你要成为一个具有创造性思维的人，就要尽力开发自己的大脑。

世界潜能大师安东尼·罗宾曾说，人的大脑是个沉睡的巨人。

## <<花小钱办大“市”>>

### 后记

你已经阅读完本书，希望你能从中有所收获。

我们希望读者能够运用本书的营销思维、策略和方法，结合我们的实际案例，思考你的营销方案，然后马上投身到市场中去。

如果你有公司，你可以直接行销自己的产品和服务。

如果你没有公司，没有赚钱机器，你可以挖掘市场上一些企业，找到他们没有被有效开发的市场机会，帮助他们获得最大化的收益，同样，你就可以获得相应的回报。

其实，营销是一个不断学习的过程。

21世纪真正的文盲不是没有学历的人，而是丧失学习能力的人。

对于营销人来讲，学习是相伴一生的习惯。

读对书，跟对人，做对事，是营销人快速成长的关键。

说到读书，我个人认为，如果你每天多读一本书，你和那些不读书的人每年就会产生365本书的差距。

这些书会给你带来哪些价值，相信只有试过才能知道。

其实人的一生中，只要肯学习，每天都是一个起点，起点就意味着超越的开始。

以前曾经和很多朋友分享我的读书心得：我的秘诀可以总结以下几点：（1）找好书阅读；（2）有目的地阅读；（3）身边带笔记本；（4）归纳总结，写出10个重点；（5）整合到你的行业和思维模式；

## <<花小钱办大“市”>>

### 编辑推荐

这不是一本书，而是提升你营销智商的训练课。

《花小钱办大“市”：低成本赢销术》将告诉你：如何少花钱甚至不花钱做营销。

如何花小钱办大事。

低成本做大市场。

将低成本营销创意绝招一一拆解，用案例和故事教你如何做好体验营销、整合营销、网络营销……鲜活的思维：创意绝招一一拆解、和田12法的全新演绎、10大营销思维解读……趣味的案例：蒙牛的整合营销技巧、亚马逊的博客营销、世界行销之神赚钱的秘诀、疯狂英语李阳的加码营销……大胆的创新：中国移动本来可以省掉25亿元的促销、代言人新闻化的创意、提高博客访问量的秘诀……高明的策略：名不见经传的小书店几乎没花钱就战胜了庞大的对手，牙科诊所利用行销模式快速突破经营瓶颈……低成本营销术：佣金下放、宾主两宜、杠杆借力、逆向营销……营销就是要卖出去。



<<花小钱办大“市”>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>