

<<非实体店铺营销策略>>

图书基本信息

书名：<<非实体店铺营销策略>>

13位ISBN编号：9787506477321

10位ISBN编号：7506477327

出版时间：2011-9

出版时间：中国纺织

作者：池本克之

页数：226

字数：250000

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>

<<非实体店铺营销策略>>

内容概要

池本克之的这本《非实体店铺营销策略》是一部非实体店的营销宝典，为你提供了最实用、最详实的非实体店铺营销建议。

《非实体店铺营销策略》让你透彻了解电子商务的营销魅力，通过网络笼络到天下的客户资源。

本书汇集了非实体经营中的问题与经验，指点你如何扩大销售、获取最大收益。

<<非实体店铺营销策略>>

作者简介

作者:(日)池本克之 译者:陈静、赵倩

<<非实体店铺营销策略>>

书籍目录

Part 1 非实体店销售成功必备的70个基本技巧

第一章 非实体店销售是什么——开始经营时必备的基础知识

把订单的传真纸想象成百元大钞

门户再小也要有以全世界为目标对象展开业务的雄心

开始时尽量把成本降到最低

比顾客更熟悉其他店铺的商品

非实体店销售“攻击性”的经营方法——扎实地积累得分

迅速、低价卖出只是卖家的一厢情愿

用心制作概念广告

明确长期的业务和理念

从零开始经营的七个程序

第二章 招揽顾客——怎样做才能使顾客蜂拥而至

在考虑商品之前请先考虑顾客

从小做起，逐步做大

在邮递广告配送中，有效利用NTT

将广告夹入报纸中，努力吸引掌握购物主导权的主妇阶层

充分利用本地商业街

设定在大型购物网上开店的期限

移动网络、博客同样能够招揽顾客

电子杂志中有效的推广型广告

无论吸引多少“扑向便宜货的顾客”都没用

选择低价媒介组合打广告

广告的反响是活的，不能以一次成功或失败下定论

广告夸大其词最终只会吃亏

免费样品也不要白给

失败的样品只要改换外观也能获得成功

第三章 商品开发——制作能够真正热卖商品的诀窍

第四章 接单系统——低风险增加订单的方法

第五章 配送和收款——脚踏实地，信誉利益双丰收

第六章 促销——通过掌握时机与真心实意增加回头客

第七章 广告和广告策略——高效投资，增加营业额

Part 2 也能应用在实体店的48个高级技巧

第八章 网络战略——通过能够热销的关键词来赚钱的方法

第九章 客户关系——和顾客的交流促成第二次交易

第十章 增加回头客——通过把用户发展成朋友的计划达到稳定经营的目标

第十一章 零成本经营——赚钱的源泉：一块钱也要较劲

后记

<<非实体店铺营销策略>>

章节摘录

长期从事非实体店销售，也会有“能够做这份工作真是太好了”的深刻感受，如有时顾客会发感谢信过来说“能提供这么好的商品真是太棒了”之类的话。

顾客之所以能够专程写一封感谢信，大概是因为着实被这件商品深深打动了吧，这对于销售者来说也是一件值得庆幸的事。

有的公司接到这种感谢信后就放到了一边，如果是我的话，就会亲笔写一封针对这封感谢信的感谢信。

如果接到了公司老板的亲笔信，这位顾客又会被深深地打动一次。

结果是对于感谢信的感谢信，再写一封感谢信。

甚至可以说，这是非实体店销售从业者最为幸福的时刻。

有些公司老板会认为，“如果老板亲笔写信，顾客会觉得这个公司比较闲”。

但恰恰相反，比较闲的公司老板什么都不做，而公司业绩越好，老板也就越勤奋。

以前在NetPrice时，收到了很多顾客的电子邮件，其中有很多是顾客发来的感谢信，对于这些感谢信，员工会一一以感谢信的形式予以回复。

单纯这么说说很简单，但NetPrice每天接到的信件数以千计，其中包含的感谢信不下百封。

虽然说有回信的模式，但必须要加上一些员工自己的话，这绝对不是一件很轻松的工作。

总之，对于顾客发来的感谢信，花费一定时间和精力回信的话，就会有相应的价值。

.....

<<非实体店铺营销策略>>

编辑推荐

不需要实体店铺，也无须置备商品，对经营者没有年龄限制，与职业和经历也无关联；无需太多投资，收益却是投资额的几十倍、几百倍，甚至几千倍。

日本最权威的非实体店铺营销顾问为你支招，教授最实用的非实体店铺营销建议，让你用最少的投资获得最大的回报，轻轻松松圆你的老板梦。

《非实体店铺营销策略》由池本克之所著。

<<非实体店铺营销策略>>

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>