

<<卖到缺货的促销宝典>>

图书基本信息

书名：<<卖到缺货的促销宝典>>

13位ISBN编号：9787509332412

10位ISBN编号：7509332419

出版时间：2012-1

出版时间：中国法制

作者：徐德麟

页数：253

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>

## <<卖到缺货的促销宝典>>

### 前言

没有卖不出去的东西；只有不会卖东西的人！  
促销，看似容易，其实并非那么简单。  
折价促销，该降多少钱才能让顾客开心商家赚钱？  
优惠券促销，要发出多少数量才能获利不亏本？  
赠品促销，送什么礼品才能激发消费者的购买意愿？  
集点促销，集满点有什么好处消费者才有重复购买的兴趣？  
抽奖促销，是否具有公信力？  
如何让顾客信任，而不是反复纳闷：到底是来真的还是抽假的？  
从以上这些疑问点可以明了，成功的促销需要经过精密的规划与设计，才有可能让消费者欢喜接受，商家顺势创造利益。  
否则只是浪费时间、耗损金钱、徒增困扰且白忙一场。  
促销，最奥妙的部分在于数据分析。  
消费者想要捡便宜，商家的目的是增加营业额，如何两全其美，不是靠运气，而是凭行销人员的数据分析功力。  
红豆饼买五个送一个，这是非常单纯的小本生意促销手法，可是再深入探讨：为什么是买五个送一个，而不是买十个送一个？  
或是买两个送一个？  
道理很简单，影响的层面有两项：一项是利润，另一项是购买意愿。  
买两个送一个，消费者很高兴可是商家没什么利润；买十个送一个，有了利润可是消费者没兴趣。而买五个送一个：消费者觉得划算，商家的利润也不错。  
红豆饼的启发让我们找到答案：借由定价、成本、销售量此三者之间的关联计算，再配合促销文案以及促销建构方式，方能精准规划出最适合也最成功的促销方案。  
本书有六个章节并附加特别企划篇，分别为：基本的促销技术、促销的建构方式、奇妙的数字魔术、高明的促销精算、经营的理念及创业的诫律。  
各章简述如下：Chapter 01“基本的促销技术”。  
讲述常用的促销方式，归纳出八种目前经常使用的促销手法加以概要整理，配合简单易懂的范例解说，帮助读者了解促销的基础技术。  
Chapter 02“促销的建构方式”。  
内容主要探讨促销语意的表达、促销方式的不同及促销建构的差异，如何影响消费者的购买意愿。洞悉消费者的购买决策行为，才能制定出成功可行的促销方案。  
Chapter 03“奇妙的数字魔术”。  
说明促销的基础运算，让读者体认数字分析的重要性，如果无法精确掌握各项数据，纵然有再细致的印刷、再流畅的文案，整体促销活动的成功机率将降低许多。  
另外也讨论如何灵活运用促销技巧，并站在消费者的角度，检视是否实践以客为尊的服务宗旨，与顾客建立一个相互尊重的良好关系。  
Chapter 04“高明的促销精算”。  
列举十五个不同主题范例，讨论促销活动实际运作的情况，读者可以看到一个事实：数字就是金钱。  
每一个成功的促销方案皆来自于顶尖行销人员的努力，成败之间一线之隔，其关键点就是数据分析是否翔实正确，而这也是行销人员最辛苦且最困难的部分。  
本章节有效引导读者进入促销情境，设计出老板满意顾客接受的促销方案。  
Chapter 05及Chapter 06分别是——“经营的理念”、“创业的诫律”。  
在第六章的引言中有一段话：“如果说赚钱跟吃稀饭一样简单，有违常理，这不是务实的态度；假如讨好奉承，告诉你当老板是多么的伟大，会让人误判情势，跌入险境之中。”这是我的真心话，也是本章节撰写的主轴。

## <<卖到缺货的促销宝典>>

一个人要活下去，努力打拼应该不困难；一家人要活下去，全家团结一致，应该以维持安乐；一家企业要活下去，努力打拼加团结一致还是不够，必须再加上领导者的智慧。

企业领导者若没有运筹帷幄的智慧与能力，纵使拼了命做事，仍旧在原地打转。

“一天之内就可以做出决策的事情，拖了十天还拿不定主意”：“一个人就可以决定的事情，找了十个人七嘴八舌”。

没有魄力、能力不足又缺乏智慧，如何治理公司？

一年半载可能勉强撑过去，到了某种极限，此企业势必难以生存下去。

有些事，别人再怎么提醒都没用，因为听不进去。

唯有自己撞破头之后，才发现果真是这样。

成功的促销方案是透过精密的计算完成的，如何计算，确实是一门必修的功课。

本书提供大量的促销范例，以读者较少接触的数据分析为主轴，尽可能减少文字叙述，呈现不同的阅读思考方向，期望能有效帮助读者解决促销规划上的障碍。

企业管理的书籍不容易写，读者常觉得“艰涩难懂，枯燥无趣，实在看不下去；洋洋洒洒，尽是理论，翻两页就想打瞌睡”。

将心比心，于是费了一番努力，将严肃的议题，用幽默风趣的方式表达，期望能使读者“以轻松的心情阅读，但能充分理解字里行间的深远意涵”。

徐德麟 谨此向读者们致上最高的敬意，谢谢你们的支持与鼓励。

## <<卖到缺货的促销宝典>>

### 内容概要

《卖到缺货的促销宝典》有六个章节并附加特别企划篇，分别为：基本的促销技术、促销的建构方式、奇妙的数字魔术、高明的促销精算、经营的理念及创业的诫律。

成功的促销方案是透过精密的计算完成的，如何计算，确实是一门必修的功课。

《卖到缺货的促销宝典》提供大量的促销范例，以读者较少接触的数据分析为主轴，尽可能减少文字叙述，呈现不同的阅读思考方向，期望能有效帮助读者解决促销规划上的障碍。

## <<卖到缺货的促销宝典>>

### 作者简介

徐德麟，台湾地区企管名师，专注于经营分析及行销策略专业领域工作，继积二十年实务经验，行事风格低调，朴实、工作精神自律严谨。没有华丽绚烂的表象，“无欲则刚”、“隐而不显”是他的生活态度与处世哲学。其凭借着在专业领域中的实力，奠定了特殊的地位，觉得企业界人士的推崇信赖。

相关创作：《开一家赚钱的店》、《行销是什么？》、《解开经营分析的困惑》。

除了以上企业管理类的著作之外，还先后完成《人生，有挫折才有精彩》、《酒饮微醉，花观半开》及《朋友，你的良心在哪里》等散文类作品。  
.2007年荣登台湾地区十大畅销排行榜著作《一定要懂的创业奇招》，《一定要懂的促销花招》、《一定要懂的分红制度》、《一定要懂的销售通路》。

## <<卖到缺货的促销宝典>>

### 书籍目录

作者序

没有卖不出去的东西：只有不会卖东西的人！

#### PART01 顾客倍增的促销技法

##### Chapter01 基本的促销技术常用的促销方式

- UNIT1-01.折价促销
- UNIT1-02.集点促销
- UNIT1-03.优惠券促销
- UNIT1-04.增量不加价促销
- UNIT1-05.试用促销
- UNIT1-06.抽奖促销
- UNIT1-07.附送赠品促销
- UNIT1-08.自费赠品促销
- UNIT1-09.促销型态与类别

##### Chapter02 促销的建构方式透析顾客的想法

- UNIT2-01.降价促销的语意呈现方式
- UNIT2-02.高低价位产品降价语意的应用技巧
- UNIT2-03.降价幅度对消费者再购意愿的影响
- UNIT2-04.价格标示加上产品原定价促销效果更佳
- UNIT2-05.搭配赠品促销方式的适用时机
- UNIT2-06.搭配赠品方式对消费者购买意愿的影响
- UNIT2-07.搭配赠品是否标示价格对消费者的影响
- UNIT2-08.主产品与搭配赠品的组合方式
- UNIT2-09.消费者对搭配赠品的重视程度
- UNIT2-10.促销情境影响消费者的购买意愿

##### Chapter03 奇妙的数字魔术学会算账不吃亏

- UNIT3-01.损益平衡非懂不可
- UNIT3-02.买一送一跟1件5折利润差多少
- UNIT3-03.付费广告要做多少生意才划算
- UNIT3-04.优惠券要发出多少张才有赚头
- UNIT3-05.消费满500送200商家会亏本吗
- UNIT3-06.数字及文案魔术师
- UNIT3-07.口语诱导技巧生意滚滚来
- UNIT3-08.委托代销照样取得客户名单
- UNIT3-09.做生意不要太啰嗦
- UNIT3-10.面对价格破坏别紧张

##### Chapter04 高明的促销精算经典范例彻底解析

- UNIT4-01.福袋250元，15万轿车开回家
- UNIT4-02.累积满点，商品任您选
- UNIT4-03.持特惠卡，买咖啡送红茶
- UNIT4-04.星期二，吃猪脚送羊排
- UNIT4-05.今天生日吗？

请进，免费招待

- UNIT4-06.好消息，入会1,000送你1,500
- UNIT4-07.加1元，顺便带走mp3

<<卖到缺货的促销宝典>>

UNIT4-08.原价999，现在只要299

UNIT4-09.海鲜锅，买大锅送小锅

UNIT4-10.来函索取，产品免费送给您

UNIT4-11.站着吃35元，坐着吃50元

UNIT4-12.原装进口咖啡机，免费使用

UNIT4-13.刷卡，凭券，送好礼

UNIT4-14.来就送、买再送、满额又再送

UNIT4-15.抽中头奖，畅游欧洲

PART02 别人不会教你的营业秘密

PART03 促销专家的私藏宝典

## <<卖到缺货的促销宝典>>

### 章节摘录

版权页：PART 01顾客增倍的促销方法UNIT 1-1 折价促销概要消费者购买产品时，无须全额付款即可取得产品。

换言之，商家将产品的售价降低，利润减少，但借着减价诱因增进顾客的购买意愿。

因为比平时便宜，所以消费者愿意多买一点，进而增加了商家的利润。

范例蜜蜜蛋糕屋，庆祝母亲节，举办“蛋糕25%OFF”促销活动。

蛋糕每个定价300源，即日起优惠价75折。

小娟订购一个，请问她实际上以多少价钱购买呢？范例分析顾客得到的优惠：促销海报上写着“蛋糕25%OFF”。

原文的意思是：蛋糕的售价为“定价减去25%”，也就是售价为“定价的75%”蛋糕定价300源，优惠价75折=300元×0.75（售价为定价的75%）=225元（小娟以此价格买到蛋糕）蛋糕商家的想法：母亲节送蛋糕给妈妈已经成为一种消费习惯，因此蛋糕的需求量很大，但市场竞争激烈，如果照原价出售，生意必定大受影响，优惠价75折，销售量增加，还是有赚头！



## <<卖到缺货的促销宝典>>

### 编辑推荐

《卖到缺货的促销宝典》编辑推荐：红豆饼的启发让我们找到答案：借由定价、成本、销售量此三者之间的关联计算，再配合促销文案以及促销建构方式，方能精准规划出最、适合也最成功的促销方案。

<<卖到缺货的促销宝典>>

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>