

<<营销力>>

图书基本信息

书名：<<营销力>>

13位ISBN编号：9787509614761

10位ISBN编号：7509614767

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：深见东州

页数：177

译者：田子琪

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>

<<营销力>>

内容概要

近来，充斥人们耳目的尽是一些令人沮丧的话题，什么完全失业率即将超过5%啦，就连索尼、富士通这类曾经是带动景气之火车头的IT关联企业也出现了亏损啦，等等，总之听不到任何可以给人带来点儿希望的话题。

置身于这种环境中，人们都会不由得叹息：这景气什么时候才能好起来呢？

<<营销力>>

书籍目录

前言企业要想生存下去必须具备营销力

第一章 从关西商法中学习战胜萧条的智慧

东京不兴还价

不留过夜钱

东京人、名古屋人、大阪人

武士虽肚饿也要叼牙签

谁有钱谁是老大

席卷日本全国的近江“拉锯商法”

明治维新是关西商人的功绩

“攒、算、智”

第二章 经商要谛之一：靠勇气和胆量抓住商机光靠点子不行

“经营大王”松下幸之助的慧眼

在松下电器总公司的周围挂起“SANYO”广告牌的井植岁男

利用吹鼓手进行宣传的“味之素”的创业者铃木忠治

深见式新客户开拓法“妙计”大获成功

教得太细反而会使营销人员丧失信心

教人者要以身作则

提高营销力的“绝招儿”

富裕安乐的环境会使人丧志

第三章 经商要谛之二：对利润无穷尽的追求

是成功的关键

挽救企业要靠大阪人的执著精神

大阪人强就强在有什么说什么

公司不获利才是罪恶

“三得利”的创业者——鸟井信治郎的胆量和骨气

“松下电器”的经营秘诀

“做生意要像牛的垂涎那样细而长”

信誉第一是获利的保证要克服厌倦心理

.....

第四章 经商要谛之三：靠点子打开活路

第五章 经商要谛之四：掌握高超的语言说服能力

第六章 经商要谛之五：战胜危机需要高度的灵活性

章节摘录

所谓买卖的成功法则无非就是购进人们想要而不可得，想买买不到的东西，然后卖给人们，就这么简单。

能够做到这一点，就肯定能卖出去，用不着跟顾客点头哈腰，也用不着磨破嘴皮子去跟人家瞎侃了，关东式的官商作风倒也无所谓了。

但实际上人们想要的东西不光消费者不容易得到，就是靠它赚钱的业者也同样不容易搞到手，能否及时搞到抢手商品取决于营销人员的本事，也决定了你的公司是否能够发展。

那么，怎样才能搞到抢手商品呢？

一般的进货渠道是这样的：首先是零售商向批发商订货，批发商接到订货单后再向制造厂家订货，根据这个订货制造商生产商品，然后发货给批发商，批发商再把货批给零售店。

根据商品的种类，到货的时间虽稍有不同，但基本上订货两三天后货就能摆到货架上。

这是一般的进货渠道，一般的渠道只能进一般的商品。

有些商品靠一般的渠道是绝对搞不到手的，哪些商品呢？

拿手表来说，像劳力士啦，或者曾经非常流行的G-SHOCK、电子鸡“TAMA-GoTCHI”这类抢手货就属于这类商品。

.....

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>