

<<效果卓越促销成功诀窍>>

图书基本信息

书名：<<效果卓越促销成功诀窍>>

13位ISBN编号：9787538156553

10位ISBN编号：7538156550

出版时间：2008-12

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：唐土新市郎

页数：298

译者：李锋传

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>

<<效果卓越促销成功诀窍>>

前言

我非常喜欢那些被人们称作夕阳产业或跟不上时代的不景气的产业一类的行业。

为什么这么喜欢呢？

因为这些行业和行当的大部分人都会放弃不干，所以，我认为“有扩大销售额的机会”。

例如，卖榻榻米的商店，“榻榻米？

我家是地板呀，没有日本式的房间呀，还有用榻榻米的人吗？

”这样想的大有人在。

的确，因为西洋式的房屋正在逐渐增多，经营榻榻米的整个行业不但没有什么发展，反而在滑坡。但是，和我有联系的30多家经营榻榻米的商店的业绩和前一年相比全都提高了。

因此，像这样被称为夕阳产业的、经营榻榻米的商店也是可以提高业绩的。

不管什么样的行业都有景气的时候和不景气的时候，而最重要的是大家都说这行不好的时候你怎么做。

所以，大家都说不好干时才正是考验你头脑的机会。

反之，在大家纷纷说“不好干”的时候，如果你也随声附和的话，那么就什么也不会去做，什么问题都解决不了了。

只会养成“什么也干不了”的习惯。

另一方面，如果能够掌握在不景气时期通用的扩大销售的方法，一旦变得景气时，就会迅速脱离那种低迷的状态，同时，在这过程中，你的头脑也会变灵活。

头脑变灵活后也一定会引起顾客相应的反响的。

<<效果卓越促销成功诀窍>>

内容概要

《效果卓越促销成功诀窍》以“促进销售”为主题，分成了100个项目单元来论述。

《效果卓越促销成功诀窍》适合一下读者：不想把营业额下降的原因归结于不景气影响的人；希望有一种能达到一定目标数量方法的人；认为促进销售是提升业绩捷径的人；正在闭门造车的施行促销计划的人；想把其他行业作为参考对象学习的人；想告别“等待”这一营业方式的人；想掌握一种能与竞争对手拉开距离的销售计划的人；想让部下或职员学会销售诀窍的人；由于墨守成规而提不起干劲的人；作为公司经理想学一下促销策略的人。

《效果卓越促销成功诀窍》不仅对于经营者、经营管理者是必备的，而且其中也有售货员或营业员在现场如何实践的内容。

<<效果卓越促销成功诀窍>>

书籍目录

第一章 “促进销售”的绝对条件 1.千万不要三天打鱼两天晒网地促进销售 2.“促进销售计划”的基本类型 3.“促进销售计划”的应用类型 4.请这样来制定“促进销售战略” 5.为了使市场占有率提高1%就要先知道自己的“位置” 6.从目标占有率来决定目标营业额 7.制定“一年的促进销售计划” 8.选定促进销售的手段 9.目标明确地进行促进销售 10.不要随随便便地卖,要大张旗鼓地去卖

第二章 应用“满足顾客的诀窍”来促进销售 11.公司和店里的顾客战略的诀窍 12.根据商品的不同来研究顾客的技巧 13.给顾客设定形象的技巧 14.确实地掌握购买动机的技巧 15.活用调查表的技巧 16.活用顾客的问题的技巧 17.“小小的顾客满足”的技巧 18.根据“人”的本质来使顾客满意的技巧 19.宣传店里主题的技巧 20.构筑销售途径的技巧

第三章 以“商品齐备的技巧”来促进销售 21.好卖的“商品齐备”设计图的技巧 22.商品置备的价格决定技巧 23.让人有购买冲动的商品表现技巧 24.掌握商品特性的技巧 25.宣传吸引顾客的商品的技巧 26.决定增加顾客数量商品的技巧 27.决定强化商品的技巧 28.宣传强化商品的技巧 29.决定集中销售商品的技巧 30.相关商品销售的技巧

第四章 以“营业、销售工具的技巧”来促进销售 31.制作销售工具的技巧 32.选定广告合作伙伴的技巧 33.作出有效果的印刷文字的技巧 34.印刷媒体校对的技巧 35.“检查、诊断工具”的技巧 36.活用客户卡的技巧 37.使用使顾客固定化媒介的技巧 38.提高上门广告接受率的技巧 39.提高购买欲望的语言技巧 40.不需要花钱的“顺便营业”技巧

第五章 以“销售计划的技巧”来促进销售 41.上门广告企划步骤的技巧 42.法人营业的技巧 43.正确的“清仓企划”的技巧 44.保持纯洁的企划技巧 45.以“初次客人”来增加新客人的技巧 46.把顾客的变化作为诀窍的技巧 47.增添新的附加价值的技巧 48.销售企划实现的技巧 49.让顾客能够接受的企划技巧 50.小店所特有的企划技巧

第六章 以“顾客服务技巧”来促进销售 51.顾客服务的基本技巧 52.培养服务人员的技巧 53.使主妇想要购买的服务技巧 54.小店的服务技巧 55.时间服务的技巧 56.以时间为突破口的技巧 57.方便服务的技巧 58.聚拢预计客人的服务技巧 59.地区集中服务的技巧 60.引导顾客的技巧

第七章 以“待客技巧”来促进销售 61.最好的小商品的待客技巧 62.推荐的待客技巧 63.让顾客下次再来的技巧 64.活用一张名片的技巧 65.“畅销用语”的技巧 66.最低限度不让人讨厌的待客技巧 67.随机待客的技巧 68.不要让顾客跑掉的待客技巧 69.掌握待客的基本与应用的技巧 70.消除销售遗漏的技巧

第八章 以“卖场技巧”来促进销售 71.在卖场进行促进销售的技巧 72.创造能使商品畅销的卖场的技巧 73.制造店内繁盛景象的技巧 74.活用卖场最佳位置的技巧 75.体现出量感的技巧 76.大型商品多数陈列的技巧 77.成为让人容易接受的店的技巧 78.让购买变得方便的广告技巧 79.制作促销广告的技巧 80.促销广告内容的技巧

第九章 以“培养职员”的技巧”来促进销售 81.让职员有干劲的技巧 82.表达商店、公司的优越性的技巧 83.展现本店特点的技巧 84.培养自我努力的职员的技巧 85.自主行动职员的技巧 86.达到两倍销售额的技巧 87.使行动能力提高的技巧 88.以数字来掌握预计客人的技巧 89.激活销售员的技巧 90.利用“顾客面谈业绩表”来培养人才的技巧

第十章 以“宣传、广告的技巧”来促进销售 91.恰当的宣传、广告的技巧 92.小宣传单广告的技巧 93.口头互传宣传的技巧 94.个性型广告的技巧 95.表达出所预备的商品的技巧 96.使电话功能进一步充实的技巧 97.以提供实际例子来促进销售的技巧 98.构思盈亏的技巧 99.检查成果的技巧 100.把握与费用相对的效果的技巧结束语

<<效果卓越促销成功诀窍>>

章节摘录

第一章“促进销售”的绝对条件 1.千万不要三天打鱼两天晒网地促进销售 所谓实行促进销售的绝对条件，就是不要脱离实际情况或三天打鱼两天晒网地搞促销。

为了不三天打鱼两天晒网，就必须从经营理念出发，选择合适的促进销售手段。

为什么这样呢，因为它们贯通的，如果把它们贯通起来就会减少很多犹疑不定的情况。

例如，领导应该指示下级什么时候该如何去做，但是“怎样去做”是每天都在变化的。

由于变化，下级也就会疑惑了：到底什么是重要的呢，什么是被要求做的呢？

这种时候，最重要的就是要确定“事业的核心”问题了，或者是再次确认“事业的核心”问题。

所谓事业的核心，就是在公司或商店运营的基础上，弄清什么是最重要的。

换句话说，就是“经营理念”的问题。

所谓“理念”，在词典里是这样解释的：“对于什么是最好的，对于某个人（某些方面）的最根本的想法。

”这里的“理念”是指抽象的、长期的东西，比这更具体的就是战略问题了。

那么，接下来再具体的就是手段了。

简单地说，这之后马上就是“做”了。

某个营业公司的理念是“满足客户主义”，为了实现这个满足客户的目的，就制定了“地域集中”的战略。

为什么从“满足客户主义”就能导出“地域集中”这个战略呢？这是因为要实现“满足客户主义”，“培养人才”就是不可或缺的条件了。

评价“培养人才”程度水平的一个标准就是“人均高额毛利”。

.....

<<效果卓越促销成功诀窍>>

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>