

<<开店老经验>>

图书基本信息

书名：<<开店老经验>>

13位ISBN编号：9787801189332

10位ISBN编号：7801189337

出版时间：2000-02

出版时间：经济管理出版社

作者：李宗诚

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>

<<开店老经验>>

书籍目录

目录

第一章 地旺财旺

郭氏经验

预见前景

因“店”制宜

同行扎堆

顺手牵羊

小鱼吃大鱼

酒香不怕巷子深

逆向思维出奇制胜

选址十不宜

基本因素

第二章 好名有好运

名称的信息

借“名”生财

一“名”惊人

“名”与“实”相辅

随乡入俗

名不正财不旺

名人的价值

万种商品一个名

先声夺人

第三章 店内店外气氛

想顾客所想

满足顾客的心理

让门店“文化”一点

自然景观更迷人

追求猎奇

豪华使人激动

大招牌醒目

要讲究色彩搭配

创新不能太离谱

好的装潢胜广告

只有物美价廉还不够

感染顾客

第四章 制造轰动效应

别开生面

借力致胜

合理夸张

小题大作

悬赏之意不在“赏”

开店要让更多的人知道

货卖“火爆”

巧用媒体

从失误中发现商机

<<开店老经验>>

喊叫战术

兵不厌诈

妙在突破

第五章 “买”来的利润

赶潮流

找最便宜的货源

巧打时间差

让顾客别无选择

瞄准工薪阶层

给顾客一个“新”感觉

大而全优势

多角经营

连锁店谋略

挖掘老传统

旧货也能赚大钱

车站附近针对旅客

进货之前的市场调查

搁价法

适销对路

第六章 金点子、银点子

花样要不断翻新

让顾客直观商品质量

让顾客碰运气

给顾客一个参与的机会

小恩小惠大生意

小鱼钓大鱼

重视顾客的宣传

牵驴上路

吊胃口

尽量给顾客“便宜”的感觉

明暗结合

物以稀为贵

分期付款

未战先算

第七章 捕捉商机

信息广决策准

变中求胜

小经营也要分析大形势

先人半步与后人半步

补缺拾遗

不盲从

迎合大众

在孩子身上打主意

自动售货机新奇而方便

时不再来

第八章 商品陈列“艺术”

将畅销商品摆在显眼处

<<开店老经验>>

形象逼真

店中店

适应女人

货卖堆山

巧用香味

橱窗利用

包装是无声的推销员

统一规格

化整为零

要学会利用视觉差

“抠”要有妙招

应当知道的学问

第九章 价格魔方

自动降价

原价销售

价格划一

明码标价的优势

一货两价

便宜一点也行

让价要把握时机

降价要巧

不定期大减价

物美价廉总行

定价要随“市”调整

定价要讲究技巧

高价的道理

习惯不要随意改

定价在先

顾客更在乎价格

第十章 一切为了“上带”

感情沟通

笑里藏金

相信顾客胜于提防顾客

了解顾客

学会“孵鸡蛋”

不厌其烦

扭转被动

巩固定期客户

送货上门

以速度取胜

美女上阵

指导销售

话要说在点子上

看客下菜

充分利用电话

称量商品时最好一点一点加

不能盲目服从顾客

<<开店老经验>>

满足顾客的自豪感
解除顾客的后顾之忧
第十一章 战胜自己
挖掘天赋
逆水行舟不进则退
别太贪
不要太吝啬
别太“精”
笼络顾客
欲速则不达
不要摆花架子
小马虎铸大错
不要盛气凌人
独裁必败
过河拆桥不可取
无德无“财”
好色断送财路
说话要讲信用
行动就是黄金
不要轻易放弃
第十二章 几点公开的秘诀
生行莫入
一手交钱一手交货
最好不要把朋友当客户
最好不要借钱做生意
不要随意解聘员工
不要与顾客争执
天机不可泄
第十三章 当心陷阱
警惕“帮你赚大钱”的人
对借债人要留个心眼
低价诱惑
江湖义气不可讲
熟悉商品知识
“回扣”圈套
“皮包公司”骗中骗
“挂靠”公司秘诀
“中间人”来去无踪
假破产真发财
空头合同
“钓鱼合同”
文字游戏
偷梁换柱
“空托”跨国骗
商业汇兑有“空子”

<<开店老经验>>

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>