

图书基本信息

书名：<<经商不求人:告诉你最简单最有效的赚钱方法>>

13位ISBN编号：9787507408775

10位ISBN编号：7507408779

出版时间：1997-01

出版时间：中国城市出版社

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>

书籍目录

目录

第一章 教你入行做生意

- 1.何谓生意
- 2.怎样才算做成生意
- 3.商品的价值与价格
- 4.人们的购买动机
- 5.顾客的需要与需求
- 6.公司的形象与信用
- 7.市场的营销与销售
- 8.经商不要入错行
- 9.识那行做那行
- 10.入错行怎么办
- 11.入行三件事
- 12.先效仿后超越
- 13.与同行竞争的良策
- 14.多进行市场分析
- 15.生意失败的主要原因
- 16.做生意必须懂的几个问题

第二章 生意兴隆的秘诀

- 1.商店兴隆七秘诀
- 2.经商战略三十条
- 3.服务第一销售第二
- 4.不要想独占顾客
- 5.让老顾客带来新顾客
- 6.卖方必须是买方的掌柜
- 7.卖货品要像嫁女儿
- 8.向经销商请教
- 9.作广告使顾客认识产品
- 10.使先买的人觉得伟大
- 11.每天都要有新信用
- 12.缺货也能提高信誉
- 13.附加“灵魂”的价格
- 14.利用不景气打天下
- 15.百分之百在自己
- 16.抢先一步是成功的捷径
- 17.维持二十四小时的危机感
- 18.提倡水坝式经营法
- 19.大众永远是对的
- 20.大胆计划小心执行

第三章 开店的方法与策略

- 1.开店前的市场调查
- 2.商店位置的选择
- 3.商店的组织结构
- 4.进货与订货的技巧
- 5.商品订价应考虑的事项

<<经商不求人:告诉你最简单最有效的赚钱>>

- 6.商品陈列的方法及数量
- 7.商品损失的发现防止和处理
- 8.控制商店经费的六项要点
- 9.顾客上门术
- 10.每日开店前与闭店后应做的工作
- 11.提高“店誉”的方法
- 12.小商店如何与大百货公司竞争

第四章 诱导顾客购买之法

- 1.意向引导成交法
- 2.步步为营成交法
- 3.用途示范成交法
- 4.理论说明成交法
- 5.隔靴搔痒成交法
- 6.不断追问成交法
- 7.加压方式成交法
- 8.冷谈方式成交法
- 9.选择方式成交法
- 10.诱导方式成交法
- 11.机率方式成交法
- 12.抓住习惯成交法
- 13.携带方式成交法
- 14.变换语气成交法
- 15.为他着想成交法
- 16.形式变化成交法
- 17.“假败方式”成交法
- 18.“对抗方式”成交法

第五章 对待不想购买顾客之法

- 1.对待我要走了的顾客
- 2.对待没有主见的顾客
- 3.对待现在不买的顾客
- 4.对待还没有决定的顾客
- 5.对待到别处去看看再说的顾客
- 6.对待“如果是××公司，我就买”的顾客
- 7.对待“我这么老了，要这有什么用”的顾客
- 8.对待有急事的顾客
- 9.对待已经买过商品的顾客
- 10.对待还没考虑购物的顾客
- 11.对待觉得价格高的顾客
- 12.对待“为什么认为我非买不可”的顾客
- 13.对待买不起的顾客
- 14.对待“我刚结婚”的顾客
- 15.对待需向经理请示或与律师商谈的顾客

第六章 第一流的促销法

- 1.情感促销法
- 2.顾客档案法
- 3.特定顾客法
- 4.名人效应法

- 5.返朴归真法
- 6.随购赠礼法
- 7.绿色食品法
- 8.情侣商品法
- 9.反时令销售法
- 10.商品保险法
- 11.改进包装法
- 12.以旧换新法
- 13.退换商品法
- 14.悬赏损劣法
- 15.数量限购法
- 16.名牌效应法
- 17.九九尾数法
- 18.公开拍卖法
- 19.以货易货法
- 20.仓库售货法

第七章 买卖谈判的技巧

- 1.谈判成功的基础是什么
- 2.怎样讲好开场白
- 3.说服对手的方法
- 4.迅速达成协议的技巧
- 5.谈判中提问的原则
- 6.谈判中提问的技巧
- 7.谈判中答话的技巧
- 8.最后期限的力量
- 9.丝毫无损的让步
- 10.谨防混水摸鱼
- 11.掌握谈判议程
- 12.以退为进的战术
- 13.有限制才有权力
- 14.拒绝对方的艺术
- 15.步步为营的战术
- 16.谈判中“换档”战术
- 17.投石问路的策略
- 18.制造短暂的烟幕
- 19.先买再谈的方法
- 20.寻找替代的方法

第八章 怎样运用广告战术

- 1.怎样制作广告
- 2.广告宣传怎样才算成功
- 3.广告制作要遵循哪些原则
- 4.商业广告的四种类别
- 5.商业广告的四种主要媒体
- 6.商品包装广告有什么特点
- 7.如何搞好橱窗广告
- 8.如何悬挂招牌广告
- 9.广告宣传中怎样以退为进

- 10.怎样制造轰动效应
- 11.怎样使公众坚信不疑
- 12.怎样转患为利
- 13.怎样制造新闻
- 14.如何借助名人来扩大影响
- 15.如何运用幽默广告
- 16.广告如何打破常规
- 17.如何运用广告寻找新市场
- 18.广告宣传如何使人真假难辨
- 19.如何运用“活广告”做宣传
- 20.广告创意10招

第九章 如何使用公关艺术

- 1.公关小姐 = 礼仪小姐吗
- 2.公关人员是“烟酒大使”吗
- 3.公关工作究竟能做些什么
- 4.公关活动主要有哪些方式
- 5.公关语言有哪些特点
- 6.在女士面前如何显得风度出众
- 7.涉外公关要注意哪些礼仪
- 8.一个公关人员日常要做哪些工作
- 9.公关活动要选择什么样的传播媒介
- 10.公关策划怎样才能扣人心弦
- 11.公关策划如何做到别出心裁
- 12.怎样做好接待工作
- 13.怎样安排会见与会谈
- 14.怎样与记者打交道
- 15.怎样写新闻稿
- 16.怎样组织记者招待会
- 17.怎样组织现场参观
- 18.怎样举办和参加展览会
- 19.怎样举行签字仪式
- 20.怎样准备一份恰当的礼物
- 21.宴请有什么学问
- 22.“最佳公关”佳在哪里
- 23.“最糟公关”糟在何处

第十章 投资与理财的技巧

- 1.企业资本金如何分类
- 2.企业资本金如何取得
- 3.企业筹集资本金应当符合哪些要求
- 4.怎样寻找合适的投资方向
- 5.怎样掌握借贷的主动权
- 6.怎样申请银行贷款
- 7.资金的最佳运用有什么窍门
- 8.投资有哪些风险
- 9.如何降低投资风险
- 10.影响盈利的因素有哪些
- 11.独资经营有什么优点

- 12.合伙经营要注意什么
- 13.做生意要如何发展
- 14.多种经营有何魅力
- 15.固定资产有何特征
- 16.流动资产包括的内容及特征
- 17.什么是成本和费用
- 18.怎样降低成本
- 19.怎样管理资金
- 20.怎样催收烂帐
- 21.什么是营业收入包括哪些内容
- 22.利润总额包括哪些内容如何计算

第十一章 老板用人的绝招

- 1.要充分相信部下
- 2.宽容能使部下产生干劲
- 3.教育部下懂得基本礼仪
- 4.平时必须善待部下
- 5.最重要的是培养部下的人品
- 6.要尽可能给予部下权力
- 7.要鼓励自认为无能的部下
- 8.赞扬能使部下努力工作
- 9.批评方法要因人而异
- 10.不能无视部下的浪费与怠工
- 11.要注意下达命令的方法
- 12.不要对不满的部下妥协
- 13.不能让部下为所欲为
- 14.要敢于调教棘手的部下
- 15.学会与难以管理的部下共存
- 16.要利用有靠山的部下
- 17.对有优越感的部下要区别对待
- 18.要特别注意与部下的谈话方式
- 19.要让部下遵守竞争的原则
- 20.让部下掌握接受命令的方法
- 21.理解部下虚心接受他们的意见
- 22.要把功劳让给部下
- 23.不能满足部下对自己的忠诚

第十二章 树立企业形象的要术

- 1.什么是企业形象
- 2.什么是信赖和好感
- 3.什么是CI策划
- 4.什么是CIS战略
- 5.企业形象发展的四个阶段
- 6.企业形象有何价值
- 7.企业形象的三大效果
- 8.企业形象对企业有何作用
- 9.企业形象的传播手段
- 10.口号 喊出了企业形象
- 11.企业的电话号码与企业形象的关系

- 12.企业的建筑物与企业形象有何关系
- 13.如何确定企业名称
- 14.如何设计企业标志
- 15.正大集团的标志是什么含义
- 16.企业标志和商品标志有何价值
- 17.树立企业形象的第一步骤
- 18.树立企业形象的第二步骤
- 19.树立企业形象的第三步骤
- 20.日本富士胶片公司是如何树立企业形象的

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>