

<<涨价也能卖到翻>>

图书基本信息

书名：<<涨价也能卖到翻>>

13位ISBN编号：9787511704726

10位ISBN编号：7511704727

出版时间：2010年9月

出版时间：中央编译出版社

作者：（日）村松达夫

页数：178

译者：江裕真

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>

<<涨价也能卖到翻>>

前言

何谓“高消费力顾客营销”？问你一个问题。

如果一定要选择其中一个的话，你会选下面哪一个呢？（假设暖气设备与高级轿车的利润相同）1．将暖气设备卖给夏威夷的有钱人；2．将高级轿车卖给爱车的普通上班族。

虽然夏威夷的有钱人不需要暖气，但是因为他们闲钱很多，所以只要能够巧妙地说服他们也许就会买下来了。

另一方面，上班族原本就很爱车，因此只要提出他们能够负担的贷款方案，也许就会买下了。

话虽如此，由于这两样东西都是高价商品，要让对方买下来并不容易。

在利润相同的情况下，必须思考的是成功的机率，也就是胜算。

<<涨价也能卖到翻>>

内容概要

或许会有人误以为这是一种拉拢有钱人的营销方式，因而觉得“我们公司不卖高级品，所以与我们无关”，事实上并非如此。

本书所汇整的做法，全都是个人经营的超市与小餐厅也能充分运用的提高客单价秘诀。

首先，第一章将具体说明为什么提高客单价比增加来客数重要，接着说明其实消费者也希望客单价提高。

接着，第二章将解说“吸引高消费力顾客营销法”的全貌；第三、四、五章则带领各位在十五天的时间里，学会十五种具体的做法。

最后，第六章以故事的形式，让读者了解这些方法如何活用在实际的营业现场；第七章则是补充提醒，指出多数经营者在实践这些方法时经常掉入的几个心理陷阱。

那么，且让我一面祈祷本书能够成为各位事业发展的契机，一面开始介绍本书的内容吧。

<<涨价也能卖到翻>>

作者简介

村松达夫：1970年生，日本著名企业管理咨询专家、中小企业顾问，指导企业如何吸引高消费力的顾客。

现任：STANDBY经营顾问公司代表，V—Hane股份公司董事，名占屋中小企业振兴中心的企业经营咨询顾问，以及名占屋商工会议所专家。

他的理念是“以拥有自我风格的事

<<涨价也能卖到翻>>

书籍目录

前言

- 第1章 增加来客数Vs. 提高客单价, 应该选择哪一个
光是“增加来客数”, 忙得要命又赚不到钱
按照“提高客单价-增加来客数”
的顺序发展, 就会成功
经营者的幸与不幸
把握不断进化的需求
只要觉得有价值, 八成的顾客
即使昂贵也会买
- 第2章 即使“涨价”, 顾客也会前来消费的三个秘诀
- 第3章 通过表演方式提升商品价值
- 第4章 以待客方式进一步提升附加价值
- 第5章 让顾客觉得“想要”!增加“期待感”的方法
- 第6章 这么做一定行!“提高客单价”的三种模式
- 第7章 没注意到这些地方就会失败!心理的陷阱

<<涨价也能卖到翻>>

章节摘录

插图：第1章增加来客数VS．提高客单价，应该选择哪一个光是"增加来客数"，忙得要命又赚不到钱"顾客增加=公司赚钱"是真的吗?"集客营销"在这几年成为一股潮流，市面上也出现无数的相关书籍或研讨会。

不论是以传真方式发送的DM(直邮广告)、报纸广告或是SEO网络营销策略(让公司网站在搜索引擎上名列前茅的策略)等等，有各式各样的做法。

简而言之，就是"将顾客带到你的公司或店面来"、增加来客数的方法。

增加来客数确实很重要，原本空荡荡的店家一旦变得热闹无比、原本静悄悄的办公室电话一旦开始响个不停，似乎就会让人产生"正在赚钱"的美好感觉。

我并不是要否定"增加来客数"这一点，况且在从事企业管理顾问的工作时，我也会运用集客营销的手法协助客户。

问题在于，许多经营者的脑袋只深信"顾客增加=公司赚钱"这个单纯的公式。

然而，实际上，顾客人数的增减与公司的盈亏未必是正相关的。

<<涨价也能卖到翻>>

编辑推荐

《涨价也能卖到翻:提高客单价的15个黄金法则》编辑推荐：洞悉顾客消费心理，大幅提升商品附加值，让涨价顺利成章。

“客单价”就是“单人消费额”提高客单价有以下三种方式：让50元的商品涨到500元也会被抢购一空！

让一次只花500元的顾客变得一次愿花5000元！

把“可买可不买”变成“非买不可”！

<<涨价也能卖到翻>>

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>