

<<优衣库这样卖衣服,不服也得服!>>

图书基本信息

书名：<<优衣库这样卖衣服,不服也得服!>>

13位ISBN编号：9787539963341

10位ISBN编号：7539963344

出版时间：2013-8-15

出版时间：江苏文艺出版社

作者：[日]月泉博

译者：曹逸冰

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>

<<优衣库这样卖衣服,不服也得服!>>

内容概要

便宜的服装不一定卖得出去，那么有一定的价值的高价服装就能卖出去了吗？未必。

现在不是泡沫经济时代，当时那种消费热潮是一去不复返了。

现在是“必须既有价值，又要便宜。

”这样才能卖得出去。

“有原因的便宜”不过只是卖座的先决条件。

从结论看，今日的优衣库之所以广受支持，其内在因素，是“新市场的创造”。

柳井正并不认为商品本身具有多大的吸引力。

他认为决定购买的关键反而是商品的形象或是各种信息的价值，“不断向外主动发送信息”才是今后的服装销售企业的要点。

所以在柳井眼中，“服装就是信息”。

H&M与Forever21的“购买动机”几乎只有一条，那就是“短时间的时髦”。

而优衣库的需求还多了“日常生活”这一层。

因此优衣库的市场规模能呈几何级数扩大。

优衣库巧妙利用了大环境的“劣势”，创造出了对自己有利的局势。

在这样的市场中，“卖方导向”的传统战略已成过去了。

那么市场要求的究竟是什么呢？

答案自然是优先买方的立场与需求，服务于消费者，即“消费者导向”战略。

揭开日本首富柳井正的“逆市场销售法”和优衣库叫人不得不服的服装销售经营秘诀。

<<优衣库这样卖衣服,不服也得服!>>

作者简介

月泉博，日本资深营销专家，优衣库研究第一人。

他通过十余年跟踪调查报道，多次独家采访优衣库创始人柳井正和其他管理高层，不断追问下，终于获得优衣库逆市场增长的秘诀。

他将收集的数据汇集于《优衣库这样卖衣服，不服也得服！

》中，用最直观的方式，揭露优衣库增长过程中的所有细节。

<<优衣库这样卖衣服,不服也得服!>>

书籍目录

序章 优衣库这样卖衣服，不服也得服！

第一章 直面现实，顺应时代，主动改变

第二章 优衣库将打造人人认可的、全球最高水平的服装

第三章 何为最强的产品？

那就是，向顾客展示“购买的理由”

第四章 成为真正的“国民服装”

第五章 要让每一款产品都大卖，统统卖光，不产生任何库存损失

第六章 好的主题决不能轻易放弃，要钻研到底

第七章 先称霸亚洲，再冲击世界第一

第八章 所有正确答案都在店铺的销售第一线

第九章 优衣库的广告很酷

第十章 优衣库能否称霸世界？

第十一章 改变服装，改变常识，改变世界

第十二章 企业的商务与社会责任是缺一不可的，必须双管齐下

第十三章 这个价位一点都不震撼，定990日元吧

第十四章 事业，就是很多人在一个想法的指导下，为实现这个想法而工作

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>