第一图书网, tushu007.com

<<赢在行销>>

图书基本信息

书名：<<赢在行销>>

13位ISBN编号：9787801792808

10位ISBN编号：7801792807

出版时间：2004-5-1

出版时间：中国致公出版社

作者：天宇

页数：242

字数：200000

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

前言

拙作“第三只眼看营销”系列丛书《一分钟说服》、《如何赢得顾客的心》、《人脉关系大赢家》、（《水煮行销70招》现名《赢在行销》）相继出版以来，承蒙广大读者朋友厚爱，长时间畅销长城内外，大江南北。
曾一度相继跃登全国多家大型书城畅销书排行榜，且久居不下。
借此再版之际，向广大读者朋友致以深切之敬意和真诚之谢忱。
本系列丛书本着简单、有效、做得到的原则，把市场营销领域中的很多观念、方法与技巧简单化了、通俗化了，使读者朋友读起来轻松，做起来简单，用起来有效。
本系列丛书改变和提升了千千万万营销人员的生活品质和业

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本系列图书前三本主题分别为话术销售、服务销售、人脉销售。
这些是销售基本功，有了这些基本功还不行。
还需要更高屡次更高水平的销售。
　推销，推才会销，不推不销，是一种主动销售。
这种销售如同张瑞敏先生所讲的斜坡理论，要把球推向坡顶，只有持续努力往上推才有可能把球推向坡顶，因为不进则退，这种销售是一种辛苦销售。
行销是一种行云流水式的销售。
是一种以一对多，以点对面的销售，这种销售如同斜坡理论的反面，把一个球从坡顶推到坡底，这个非常简单，只要把手一放，球就一泻而下，被推到指定的地方。
行销就是这种更高层次更高水平的销售。
　推销是为了满足顾客需求，行销是为了创造和激发顾客需求。
推销能卖好产品，行销能使产品好卖。
推销能赚钱，行销能嫌大钱；推销能主动赚钱，行销能被动赚钱。
所以，学好行销功奠大焉，也势在必行。
　本书以通俗易懂、立竿见影的方式教会你一切有关行销的观念和方法。
这些观念和方法都是来自世界最前沿最尖端的观念和方法。
而且有很多国际顶尖行销大师现身说法。
听之可闻，触之可及，让你倍感亲切和实用。
　好戏就要上演，银行就要开门，还等什么呢？
放松心情，准备行装，进去看好戏，进去取钱吧！

书籍目录

第一章 顾客在哪里？
选对顾客的策略 谁是你的潜在顾客？
 如何透过“列名单”开发顾客？
 如何透过“社团组织”开发顾客？
 如何透过“家庭聚会”开发顾客？
 什么是开发新客户的“MAN”策略？
 什么是汤姆·霍普金斯式开发客户模式？
 什么是“宾主两益”开发客户策略？
 如何开发大客户？
 如何建立一个客户推介系统？
第二章 顾客心里在想什么？
 分析顾客购买行为的艺术 如何分析顾客的购买动机？
 如何分析顾客的购买行为？
 如何分析顾客的购买层次？
 如何分析顾客的购买个性？
 如何分析顾客的需求？
 什么“NEADS”寻求顾客需求公式？
 顾客没有需求，如何行销？
 如何确保开发到的顾客是合格的？
 重要的是你的顾客转换率是多少第三章 如何做好客户关系管理 什么是“倒金字塔式”服务？
 如何进行客户关系危机管理？
 什么是顾客服务的“知识工厂”？
 是乞丐型行销还是伙伴型行销？
 如何建立一套顾客个人信息系统？
 如何建立一个“行销跟进系统”？
 什么是“方格顾客分析法”？
第四章 什么是最棒的行销策略 什么是“定位”行销策略？
 什么是“焦点”行销策略？
 什么是“突破”行销策略？
 什么是“第3只眼”行销策略？
 什么是“网际网络”行销策略？
 什么是“类别”行销策略？
 为什么说行销也要“与时俱进”？
 什么是“成长”行销策略？
 如何塑造产品的魅力？
 什么是“今日赚小明日赚大”行销策略？
 最高明的行销：哲学式行销 什么是“以物易物”行销策略？
 什么是“口碑式”行销？
 什么是“体验式”行销？
第五章 如何在竞争中脱颖而出 什么是“独特卖点”行销策略？
 什么是“风险逆转”行销策略？
 什么是“加码”行销策略？
 什么是“向上销售”行销策略？
 什么是“测试”行销策略？
 什么是“专业化”行销策略？

第一图书网, tushu007.com

什么是“ SWOT ”竞争策略？
什么是“ PPM ”分析法？
什么是“ KFs ”行销策略？
如何为你的产品取一个美妙的名字？
什么是“ 4R ”行销？
如何精通定价的艺术？
第六章 如何让顾客追着你购买 如何管理好你的通路？
如何利用宣传报道来行销产品？
什么是“ 形象+印象 ”行销法则？
如何做一个优秀的行销医生？
什么是“ 公众演说式 ”行销策略？
什么是“ 俱乐部式 ”行销策略？
什么是“ 信函 ”行销策略？
什么是“ 电话 ”行销策略？
如何建立一个“ 复制 ”行销系统？
第七章 世界一流行销大师经典行销 秘诀是什么 行销女神柴田和子行销秘诀是什么？
商业女杰玫琳凯行销秘诀是什么？
甘道夫行销秘诀是什么？
迈克尔·戴尔行销秘诀是什么？
中岛薰行销秘诀是什么？
比尔·盖茨行销秘诀是什么？
后记

章节摘录

第一章　顾客在哪里？
选对顾客的策略　　谁是你的潜在顾客？
走在大街小巷上的每个人都是顾客，因为他们都需要工作，需要生活，需要衣食住行。
但不是每个人都会成为你行业的顾客，他可能一辈子都用不到你的产品。
即使他成为了你行业的顾客，也不是每个人都会成为你的顾客。
因为你有太多的竞争对手。
所以，要使你的工作有效率，就要知道哪些人是你的顾客，哪些人不是。
假如你是位职业钓鱼者的话，你的目的应该不是休闲，不是情趣，应该是看篮子里有多少条鱼，有多少条大鱼，这是最重要的。
要知道谁是你的潜在顾客，最先要做

编辑推荐

帮助你成为世界上最会行销最会赚钱的人。
让你的产品卖好又好卖的70个行销策略。
事业成功的人与不成功的人最大的差别。
在于他们遇事时的思考方式不同。
——中岛薰　日本双皇冠大使　　成功不是因为我们有多少才能。
而是我们用了多少才能。
——玫琳凯　玫琳凯化装品公司董事长　　行销是一项报酬率最高的艰难工作。
也是一项报酬率最低的轻松工作，所有的决定取决于自己。
一切操之在我。
——汤姆·霍普金斯　世界一流销售训练大师　　只要你帮助够多的人得到他们想要的，你就能得到你要的任何东西。
——金克

第一图书网, tushu007.com

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