

<<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

## <<赢在行销>>

### 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。

还需要更高层次更高水平的销售。

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，行销能赚大钱；推销能主动赚钱，行销能被动赚钱。

所以，学好行销功莫大焉，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！

## &lt;&lt;赢在行销&gt;&gt;

## 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？

<<赢在行销>>

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

<<赢在行销>>

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 玫琳凯化妆品公司董事长 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

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>