

<<低成本快营销>>

图书基本信息

<<低成本快营销>>

内容概要

很多中小企业在最初几年内不成功，多数是由于两个原因：一是没有足够的钱；二是缺乏营销能力。中小企业的经营者们都很努力，能够生产出优质的产品，并且也致力于如何使他们的企业成功，但是却不知道如何发掘潜在顾客和留住老顾客。

通常，很多这样的中小企业只需要在正确的方向上获得一点提示，便会取得巨大的进步。

正是基于这种需求，作者决定撰写这本书。

书中的101个创新型的营销技巧简单可行、价格合理、收效迅速，大多数营销方案只需花费不到30分钟便可实施，并且都经过实践验证，能够快速带给你想要的效果。

请每周选择并应用至少一种新方法，或者把此书当作一个灵感来源，从中寻找指导你推销产品、服务和企业的新方法。

你一定会获得你想要的收获！

企业经营者都希望做事直截了当，而不是先计划十年再做。

如果生意毫无起色，他们则希望能够马上做一些事情来解决这个问题。

本书将为你提供机会使你能够在市场竞争中先人一步！

<<低成本快营销>>

作者简介

安德鲁·格里菲斯以其沟通、激发、传递关键信息的能力著称，是全球公认的畅销书作家、极具煽动力的演说家和培训师。

他是一位对中小企业充满热情的企业家，曾经拥有并成功经营了多家小型企业。

七岁时他就开始经营第一家公司——一个卖报站，自那以后，他挨家挨户地推销百

<<低成本快营销>>

书籍目录

第一章 起步 怎样利用本书快速取得成效 开始前你需要了解什么？

- 市场营销需要花费多长时间？
- 做多少生意能维持生计？
- 为什么差异性如此重要？
- 市场营销需要多少资金？
- 你想寻找新客户还是维持老客户？
- 你有“小企业综合症”吗？
- 何为市场调研？

你需要市场调研吗？

- 你应该使用哪种宣传资料？
- 在营销开始之前，你需要一个假期吗？
- 你对竞争对手的业务了解多少？
- 你在营销方面曾经遭受过挫折吗？
- 什么是成功的企业？

经营成功企业的十条重要技巧第二章 你的企业能否脱颖而出？

- 1.从外部来拓展业务 2.在企业的汽车上做广告 3.把发票变成一种销售工具 4.即使不在场，也要进行自我销售 5.用互联网吸引公众 6.好制服，印象深 7.充分利用包装 8.不要低估名片的重要性 9.你的公司有一个令人难忘的名字吗？

第三章 你充分利用现有客房客了吗？

- 10.发出温馨提示 11.与你的客户保持联系 12.记住重要的日子 13.请求客户的推荐 14.通过感谢来拓展业务 15.什么是客户忠诚度计划，你能使用吗？

第四章 如何做免费的“口头”广告宣传 16.写一篇新闻稿 17.人人都爱胜利者 18.给当地电台打电话 19.让客户帮你宣传第五章 你想尝试一些非同寻常的方法吗？

- 20.参与奇特的宣传活动 21.装扮成小鸡 22.享用“头脑风暴”的成果 23.利用充气玩具帮你做生意 24.使用古老而有效的汽车粘贴广告 25.让现场销售员帮助你吸引公众 26.为比赛提供奖品 27.让你的企业成为“吉尼斯”的一项纪录 28.通过当地比萨店来拓展业务 29.承办一次活动 30.出奇制胜的营销方法 31.从行业出版物上收集方法 32.制作一个营销百宝箱 33.让移动广告牌走上街头

34.利用黑板吸引眼球第六章 你鼓励员工帮你做生意吗？

35.“您想买点什么吗？

” “不，谢谢，我只是随便看看。

” 36.你的员工精于销售（我是指真正的销售，而不仅仅是接订单）吗？

37.鼓励你的员工和客户提出建议 38.根据业绩给予奖励第七章 你做到让客户轻松购买了吗？

- 39.承担电话费 40.为优柔寡断的客户完美的礼物 41.不要让付款变得困难重重 42.为父母解忧——迎合他们的孩子第八章 你有巧妙且有力的宣传资料吗？

- 43.标题越醒目，反响越显著 44.制作你的第一本宣传册 45.为客户编制一个信息手册 46.时刻准备派发宣传册 47.用来自满意客户的评价来建立商业信誉 48.启用你自己的简报 49.巧妙的宣传资料不会增加成本 50.如何随时出现在客户眼前第九章 愿意让日常广告方案为你的企业服务吗？

- 51.与其他企业合作，彼此宣传 52.充分利用电话黄页广告 53.门票上做文章 54.制作有效的报纸广告 55.电影院宣传攻势 56.制作廉价但有效的电视商业广告 57.公交广告——内外兼用 58.预订优质的电视、报纸和广播广告时段 59.利用廉价的分类广告创造商机 60.让供应商协助你做广告 61.利用大型会员制组织 62.制作有效的广播电台广告 63.免费的当地报纸的巨大效应 64.利用人人都有的超市购物单 65.提供诱人的折扣 66.锁定你所在区域家庭的最佳方法 67.赞助邮递员，让广告随处可见 68.在车背后做广告 69.把宣传资料夹在报纸里第十章 你的企业有可信度吗？

- 70.提供百分百的退款承诺 71.加入对社区有利的组织 72.不要低估客户的智商 73.赞助一支本地球队——小成本大宣传 74.浏览报纸寻找良机第十一章 你愿意走出去寻找商机吗？

<<低成本快营销>>

75.实施第一次信箱投递 76.利用本地市场拓展业务 77.与邻近的商家交流 78.争取每天打10个电话 79.始终向决策者而不是他们的助理进行销售 80.利用传真直接推销 81.始终坚持售后电话追踪 82.做好销售介绍的妙招 83.什么是“直销邮件”？

你能使用它吗？

84.当街发布信息 85.把你的宣传手册加到政府和企业的邮寄广告中去 86.切勿低估交易展览会和博览会的作用 87.与其他公司联合制作捆绑广告 88.组织免费的培训讲座第十二章 你会站在客户的角度考虑吗？

89.利用等候室或接待区销售服务 90.始终保持高品质的橱窗陈列以吸引眼球 91.询问客户通过什么渠道听说了你的企业 92.提供免费递送业务会给你带来竞争优势 93.保持品质不变的营销方法

94.免费样品的魔力 95.免费提建议 96.什么是增值？

你能使用吗？

97.“购物有礼”使消费更美妙第十三章 你的业务向尽可能广泛的地区推广了吗？

98.让客户保留你的电话的简单技巧 99.便利店的作用 100.人们会留意商场里的告示板 101.下次去健身房时 102.人们希望并且理应得到快捷的服务 103.制作一份内容明确的传真手册 104.建立企业自己的俱乐部 105.人们愿意与喜欢的人做生意 106.快速公正的处理客户的投诉 107.制作企业录像 108.学习桌面排版课程 109.制作录音磁带来推动业务 110.记住客户的名字 111.为客户举办感恩派对 112.保证客户信息的准确度 113.多数企业没有追踪销售线索 114.为客户带点好吃的 115.给编辑写信 116.组织商务社交聚会 117.坚持不懈就有回报 118.通过付钱来吸引注意 119.在杂志上做广告 120.你能通过一点额外的付出而赚取更多的钱吗？

121.专业化营销附录 迟早会有用的空白表格 规划和目标 成为独一无二的企业 有效的宣传单样本 利用发票拓展业务 餐馆客户调查问卷实例 新闻稿样本 企业形象 营销活动

<<低成本快营销>>

章节摘录

你想寻找新客户还是维持老客户？

坦率地说，寻找新客户的花费要比维持老客户多得多。

不同的行业数据不同，但据估计寻找新客户的花费是维持老客户所花费用的9倍之多。

这个部分告诉你，要正确、诚实地看待你的企业，问自己以下几个问题：你提供的服务物有所值吗？

你的客户是经常光顾还是光顾一次便不见踪影？

你在客户购买商品后仍与他们保持联系吗？

你是否对客户的忠诚度进行奖励？

自以为是真是个大问题，尤其是对那些已经建立多年的企业而言。

所有行业都是高度竞争的，不论怎样，我们都要更精明一些。

最精明的商业策略之一是服务好现有的客户，培养、鼓励他们多消费，继续向他们请教提高现有服务水平和增加产品种类的方法。

与客户保持联系，对他们的忠诚给予奖励，那么他们将成为你的长期客户。

我突然想到一个悉尼咖啡厅的故事。

这家咖啡厅的所有常客都有自己的咖啡杯，杯子质量很不错，上面还印有客人的名字，并且挂在一面巨大墙面的挂钩上，那里有上百个杯子。

常客们来到咖啡厅，把自己的杯子拿到柜台点单，只要输入自己的名字，他们最喜欢的咖啡类型便会出现在电脑上。

杯子的主人可以得到各种各样的特制品，也就是说他们可以享受特别的待遇。

这家咖啡厅的生意一直很好，可以说他们经营得很成功。

本书中推荐的很多方案都是以客户服务为中心的，你所获得的额外收益可能和你想象的差不多。

<<低成本快营销>>

后记

教你如何在投入极少金钱和时间的前提下快速提升你的业绩。
帮助你开发新客户，并提高老客户的忠诚度。
创造最优质的市场推广方案，让你的企业脱颖而出。

<<低成本快营销>>

媒体关注与评论

媒体推荐教你如何在投入极少金钱和时间的前提下快速提升你的业绩。
帮助你开发新客户，并提高老客户的忠诚度。
创造最优质的市场推广方案，让你的企业脱颖而出。

<<低成本快营销>>

编辑推荐

《低成本快营销:针对中小企业的101个实效营销创意》由企业管理出版社出版。

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>