

商悟漫画经典

古古

营销术

◎ 何志勇 / 策划

◎ 鲁 稚 / 主编

营销绝招
市场法宝
商战利器



西南财经大学出版社

丁 228.5/31

165-168

商悟漫画经典

古古

营销术

别人销不掉的东西，你能卖出去，这就是营销之术。

第二版

◎ 汪劲东 / 撰文

◎ 阿 桂 / 配图

西南财经大学出版社



书 名: 古 古 营 销 术 策划: 何志勇 撰文: 汪劲东 责任编辑: 张纪亮
主编: 鲁 稚 绘图: 阿 桂 封面设计: 郭海宁
版式设计: 张纪亮

出 版 者: 西 南 财 经 大 学 出 版 社

(四川省成都市光华村西南财经大学内)

邮编: 610074 电话: (028)7353785

印 刷: 四川机投气象印刷厂
发 行: 西南财经大学出版社
全国新华书店经销
开 本: 787 × 1092 1/24
印 张: 9
字 数: 30 千字
版 次: 2000 年 1 月第 2 版
印 次: 2000 年 1 月第 1 次印刷
印 数: 6000 册
定 价: 18.80 元

ISBN 7-81055-497-2/F · 398

本书封底无防伪标志不得销售。

版权所有, 违者必究, 举报有奖。

举报电话: (028)6636481、(028)6241146、(028)7352366

商悟漫画经典系列

(第一批)

《**古古生意经**》这是本屡屡登上排行榜的财经畅销书,以至于书中内容被引用而成为生意语录。

《**古古营销术**》别人销不掉的东西,你能卖出去,这就是营销之术。

《**古古市场谱**》以睿智的理念,绝妙的手法,为你打开市场之门。

《**古古话保险**》一生一世,几多风雨,不能险而不保;读过《古古话保险》,方知保而不险。

《**古古谈判术**》谋求双赢,唯有谈判,你离得开它吗?

《**古古经济学**》庶民百姓,谁能离得开经济!《古古经济学》透过现象看本质,不能不读。

《**古古打工族**》在外给老板打工,在家给老婆打工。打工族的心声:活得真累!

《**古古流行语**》“忘记历史就意味着背叛。”这是一本袖珍版的新中国历史,你要仔细读一读。

目 录

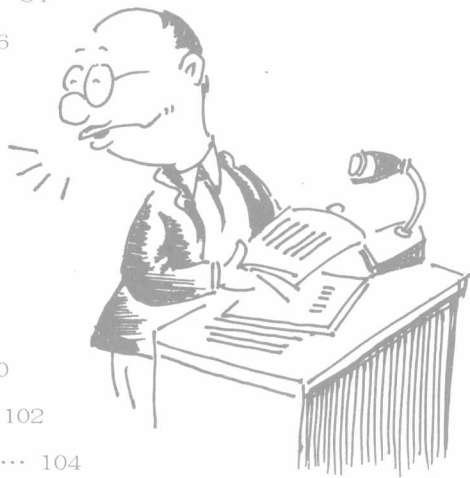
1. 制造饥饿术·····	2
2. 以丑制胜术·····	4
3. 妙手回春术·····	6
4. 射马擒将术·····	8
5. 改名换姓术·····	10
6. 高价促销术·····	12
7. 弄巧卖乖术·····	14
8. 虚张声势术·····	16
9. 名人效应术·····	18
10. 幸运促销术·····	20
11. 互换名单术·····	22
12. 卖无定规术·····	24
13. 说准免费术·····	26
14. 猜谜推销术·····	28



15. 非整数价格术	30
16. 无中生有术	32
17. 动用道具术	34
18. 装聋作哑术	36
19. 客套疏远术	38
20. 提高门坎术	40
21. 加码对比术	42
22. 权力王牌术	44
23. 空头支票术	46
24. 疲劳战术	48
25. 大智若愚术	50
26. 渐进蚕食术	52
27. 唠叨掩饰术	54
28. 以硬对硬术	56
29. 小事让步术	58
30. 吹毛求疵术	60
31. 沉默是金术	62
32. 引而不发术	64
33. 拟人广告术	66



34. 侧面暗示术·····	68
35. 男人怀孕术·····	70
36. 巧用男模术·····	72
37. 智取术·····	74
38. 幽默取胜术·····	76
39. 卖车种树术·····	78
40. 屈居第二术·····	80
41. 反对自己术·····	82
42. 遭人痛恨术·····	84
43. 换夫人术·····	86
44. 数字说明术·····	88
45. 悲伤落泪术·····	90
46. 说疯话术·····	92
47. 晓以大义术·····	94
48. 杀一儆百术·····	96
49. 恩威并用术·····	98
50. 拒绝方案术·····	100
51. 自言自语术·····	102
52. 先松后紧术·····	104



53. 逐级降职术·····	106
54. 信任刺激术·····	108
55. 反其道术·····	110
56. 舆论控制术·····	112
57. 有言在先术·····	114
58. 自我治疗术·····	116
59. 悲喜效应术·····	118
60. 喝酒沟通术·····	120
61. 人为竞争术·····	122
62. 狐假虎威术·····	124
63. 同仇敌忾术·····	126
64. 走为上计术·····	128
65. 同中求异术·····	130
66. 假信息术·····	132
67. 耐心周旋术·····	134
68. 竞争盲点术·····	136
69. 闲人不闲术·····	138
70. 入乡随俗术·····	140
71. 顺水推舟术·····	142



72. 长期借债术·····	144
73. 上楼抽梯术·····	146
74. 悬羊击鼓术·····	148
75. 无中生有术·····	150
76. 狡兔三窟术·····	152
77. 小题大做术·····	154
78. 以守待攻术·····	156
79. 限客进店术·····	158
80. 热情似火术·····	160
81. 打破常规术·····	162
82. 意见当宝术·····	164
83. 歪打正着术·····	166
84. 允许仿造术·····	168
85. 装憨作傻术·····	170
86. 化祸为福术·····	172
87. 肿脸造势术·····	174
88. 以劳代酬术·····	176
89. 顺藤摸瓜术·····	178
90. 寻找窍门术·····	180

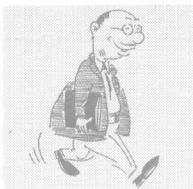


91. 新鲜活力术	182
92. 逆向思维术	184
93. 低潮进入术	186
94. 巧换角度术	188
95. 借宾形主术	190
96. 改变包装术	192
97. 捕捉灵感术	194
98. 机不可失术	196
99. 以小见大术	198
100. 抢先一步术	200
后 记	202









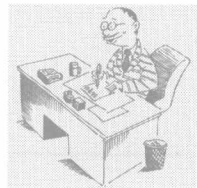
制造饥饿术

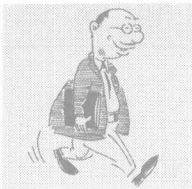
唾手可得到的东西，人们往往不珍惜；越是得不到的东西，越想得到，这是需要定律。

前两年，南方某衬衫厂推出一种女式衬衫。但根据市场预测，这种衬衫如果一下子投入市场10万件，就会立即饱和。而厂长嫌这个销量太少。怎样扩大销售呢？为此他久久思索。一天他灵机一动：不妨来个欲扬先抑的经销策略。于是他们第一次投入时，故意只推出8万件，使预测中的2万人得不到满足，形成了一种“需求饥饿”。

这个推销奇招是基于这样的消费心理：大家都认为紧俏商品总是好的。衬衫厂有意让自己的产品供不应求，在消费者心中形成紧俏商品的感觉，反而会使更多的人想买这种衬衫。不久他们陆续投入了10万件，仍然供不应求。

不妨让你的客户或各地市场适当“饥饿”一下。





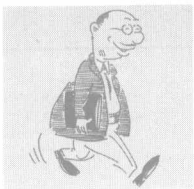
以丑制胜术

有需求才有生产——这样做有时是行不通的。对于产品开发来说，你应当主动去创造需求。

爱美之心，人皆有之。然而，却有例外。美国艾士隆公司董事长一次在郊外散步，偶然看到几个小孩在专心致志地玩一只肮脏丑陋的昆虫。他顿时产生联想：市场上出售的玩具一般都是形象优美的，假如生产一些丑陋玩具，又将如何？于是他便布置技术人员研制了一些“丑陋玩具”，并迅速推向市场，果然一炮打响。很快，在美国，各种丑陋玩具，诸如奇丑无比的昆虫、布娃娃、怪兽也在少年儿童中十分流行。

艾士隆公司抓住了儿童求新求异多变的心理特点，并充分把握住了市场动态，故它获取成功是必然的。





妙手回春术

灾难本是祸，但切记，福祸本相倚，祸的另外一面就是福。天灾人祸都不失为宣传产品的契机。

美国新墨西哥州高原地区的某苹果园遭到一场特大冰雹袭击，结满枝桠的苹果被打得遍体鳞伤。苹果园主想出一个主意，在每筐苹果里都附上一张纸片，上写：“这批货物个个带伤，但请看清楚，这是冰雹打出的疤痕，是高原地区出产苹果的特有标记，这种苹果果紧肉实，具有妙不可言的果糖味道。”苹果园主用自己的智慧，很快赢得了客户的信任，避免了巨大的损失。如此经营之道，看似很“拙”，其实“拙”到好处便是巧。

在经营出现困难时，只要紧紧抓住顾客消费心理，动脑筋，想点子，在看似无路可走的情况下就可辟出一条生路，化祸为福。