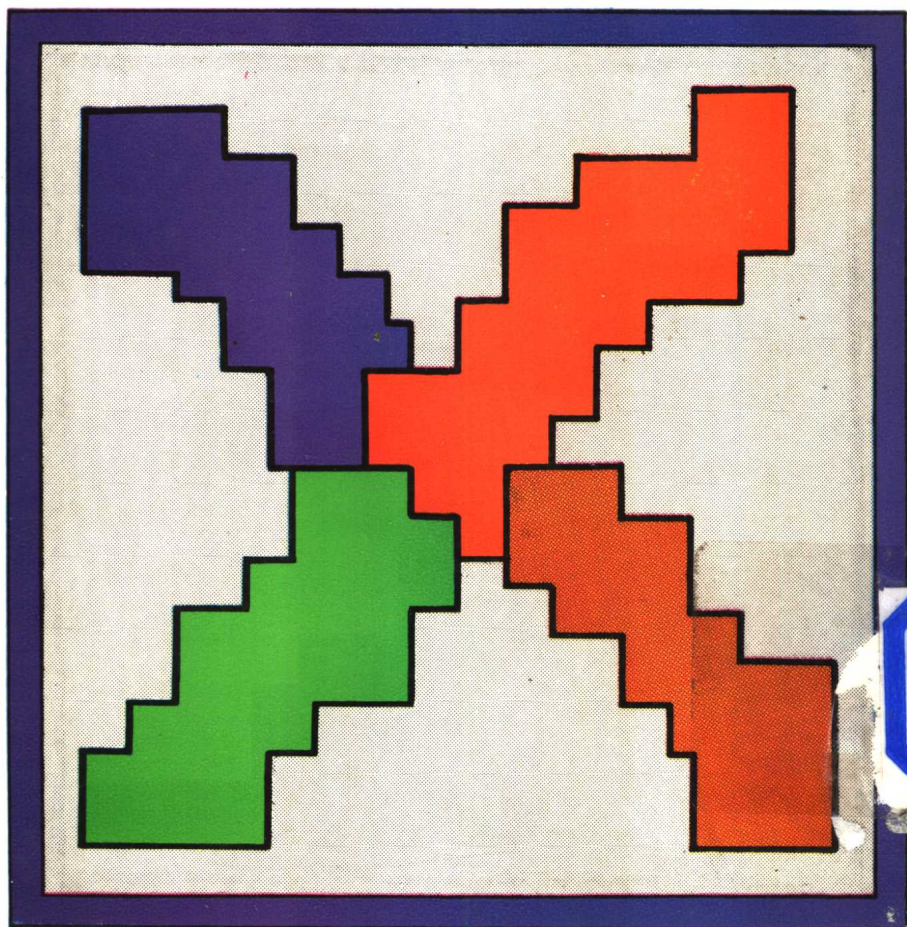


經營新法123

峻才 譯



生意人叢刊 21

峻才編譯

經營新法
1 2 8

國家出版社印行

¥15.40

行政院新聞局版業字第零陸貳號

生意人叢刊21

經營新法 1 2 3

特價：新台幣壹佰貳拾元正

有製翻
著作印
版權必
究

編譯者：峻

發行人：林

總編輯：林

發行所：國家出版社

總經銷：國家書店有限公司

郵撥帳戶：一〇四八〇一號

總公司：臺北市新生南路一段一二六之八號三樓

電話：三九二六七四八・三九二六七四九

門市部：臺北市信義路二段一二八號

電話：三九一二四二五・三九一二四三四

印刷所：中西製版廠

封面設計：林洋學

15.40

「生意人叢刊」序

這是一個工商業大放異彩的時代，同時也是一個知識爆發的時代。

我們由農業社會，邁進了工業社會，經濟結構型態，與社會組織樣貌，都發生了巨大的變化。不可否認的事實表明出來，今天工商界的從業人員，對國家、社會以及對整個世界而言，已成為舉足輕重的角色了。

古人會說：「學而優則仕。」在從前古老時代，似乎祇有從政為官，才需要學問。如今則不盡然，學問的領域，遠較曩昔為大，而學術的分類，也比以往細密，政治固是一門高深學問，其他各行各業，也同樣需要專門學識，要想在一行中出人頭地，除了成爲這行的專家外，還得要具備種種常識，保持一副敏銳的探求新知的眼光，才不致和學術脫節，才配合得上這個飛躍時代的腳步，向前邁進。

我們有鑒於此，爰有「生意人叢刊」之發行，期能對工商界人士提供一些有價值的讀物，俾在當前這個競爭劇烈的時代，掌握成功之鑰，創造出更輝煌的事業，是爲至願。

一九七六年十月

國家出版社編輯委員會謹識

目次

序言

A、營業術

第一章 商店的印象和氣魄

- 一、免包裝的節約資源運動……………三
- 二、以福利措施爲號召……………四
- 三、服飾的宣傳方法……………六
- 四、翻新的銷售策略……………八
- 五、時髦的連鎖經營……………一〇
- 六、價廉物美、顧客至上……………一二
- 七、迎合大眾的有效宣傳法……………一四
- 八、以獨特風格招徠顧客……………一六
- 九、鞋店也供應毛巾——舉兩得的效果……………一八
- 一〇、兩全其美的生意眼……………二〇

一一、繪製巨幅畫像作為招牌·····	二二
一二、通宵營業的辦法·····	二四
一三、備有本鎮簡略圖和時鐘裝置·····	二六
一四、「來者不拒」——顧客至上·····	二八
第二章 優越的心理戰	
一五、誰不好奇·····	三一
一六、贈品的效用·····	三四
一七、吃虧就是佔便宜·····	三五
一八、服務到家·····	三七
一九、抽獎活動·····	三八
二〇、抓住女性心理的美容院·····	四〇
二一、婦女日·····	四一
二二、父親節的對策·····	四三
二三、名夫人充任店員·····	四四
二四、美人計·····	四五

二五、贈送月曆·····	四六
二六、粉紅色的信箋·····	四八
二七、請勿偷看·····	四九
二八、顧客的榮譽感·····	五〇
二九、租用制度·····	五一
第三章 共同意識的塑造	
三〇、重視小顧客·····	五三
三一、理髮店的秘密·····	五四
三二、贈送交通費·····	五五
三三、演奏拉客·····	五六
三四、利用咖啡店銷售·····	五八
三五、吸收固定客戶·····	五九
三六、個別服務·····	六一
三七、販賣實習比賽·····	六四
三八、櫥窗設計比賽·····	六六

目次

四

三九、以試題做爲宣傳手法·····	六七
四〇、幸運券的分發·····	六九
第四章 既廉價又稱心	
四一、持有上月發票可廉購拍賣物品·····	七一
四二、心理學的應用·····	七三
四三、扣人心弦的鐘聲·····	七六
四四、由店員主持大拍賣·····	七八
四五、魔杖的威力·····	八〇
四六、聯袂拍賣·····	八二
四七、設想周到·····	八四
四八、收費五十元·····	八五
四九、猜價遊戲·····	八七
五〇、動物項鍊·····	八九
五一、麻將牌立奇功·····	九一
五二、把客人的五官畫在洋娃娃的臉上·····	九三

五三、猜老閩畫像……………九四

五四、早臨的聖誕老人……………九六

五五、拋帽盛會……………九八

五六、聚沙成塔……………九九

第五章 致謝服務

五七、店門口貼菜單……………一〇三

五八、激起購買慾……………一〇五

五九、略施小計……………一〇七

六〇、售前服務……………一〇八

六一、答謝推銷……………一一〇

六二、贈送雜誌……………一一三

六三、請君喝水……………一一四

六四、雨天大優待……………一一六

六五、免費看相……………一一七

六六、故佈疑陣……………一一九

六七、多爲顧客著想.....一三〇

B、宣傳術

第一章 人情味

六八、生動的廣告.....一二五

六九、愉快的約會.....一二七

七〇、失物招領.....一二八

七一、可愛的小動物.....一二九

七二、防竊妙法.....一三一

七三、陳列甘藍菜的藥房.....一三一

七四、新奇廣告法.....一三三

七五、接待顧客的媒介.....一三四

第二章 媒體的運用

七六、包裝紙的重要性.....一三六

七七、知識性的資料單.....一三七

七八、吸引消費者的興趣·····	一三八
七九、別具一格的廣告方式·····	一四〇
八〇、月曆式的廣告單·····	一四一
八一、小廣告的妙處·····	一四二
八二、一百萬元的免費宣傳·····	一四四
八三、相互宣傳的奇異效果·····	一四五
第三章 命名的頻道	
八四、新鮮感·····	一四七
八五、神奇的命名技巧·····	一四八
八六、特殊意義的拍賣·····	一四九
八七、天天大拍賣·····	一五一
八八、候選商品·····	一五二
八九、利用深植人心的事物·····	一五四
九〇、新鮮的名稱·····	一五五
九一、電話號碼的諧音聯想·····	一五六

第四章 季節與地區的奧妙

- 九二、地區感情的建立……………一五九
- 九三、介紹街名由來以建立感情……………一六〇
- 九四、紀念慶典式宣傳方法……………一六一
- 九五、把握時機的宣傳活動……………一六二
- 九六、敬老節的各種服務活動……………一六四
- 九七、富有紀念性的宣傳方法……………一六五
- 九八、提供比賽評分表的宣傳方法……………一六五
- 九九、選出十大暢銷商品的宣傳活動……………一六七
- 一〇〇、利用富於地方色彩的照片以宣傳產品……………一六八
- 一〇一、以地方名人為號召的宣傳方法……………一六九
- 一〇二、贈送蛋糕的宣傳方法……………一七〇
- 一〇三、利用棒球啦啦隊作宣傳的方法……………一七一

第五章 贈品技術

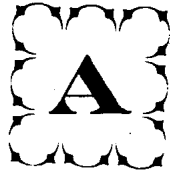
- 一〇四、神祕的小禮物……………一七三

一〇五、可愛的贈品·····	一七四
一〇六、別出心裁的大拍賣·····	一七五
一〇七、免費替顧客畫像·····	一七六
一〇八、七色火柴盒的運用·····	一七七
一〇九、提供顧客亂塗亂畫的地方·····	一七八
一一〇、贈送標埠鐘的宣傳方法·····	一七九
一一一、隨時把握攝取鏡頭機會·····	一八〇
一二二、拾到好處的服務·····	一八一
一二三、意外的贈品·····	一八三
一二四、商店的競賽活動·····	一八五
一二五、只收一成利潤的宣傳方法·····	一八七
一二六、換回廣告單的宣傳方法·····	一八八
第六章 宣傳廣告與共同廣告	
一一七、宣傳單的寄法·····	一九〇
一一八、明信片式的廣告·····	一九一

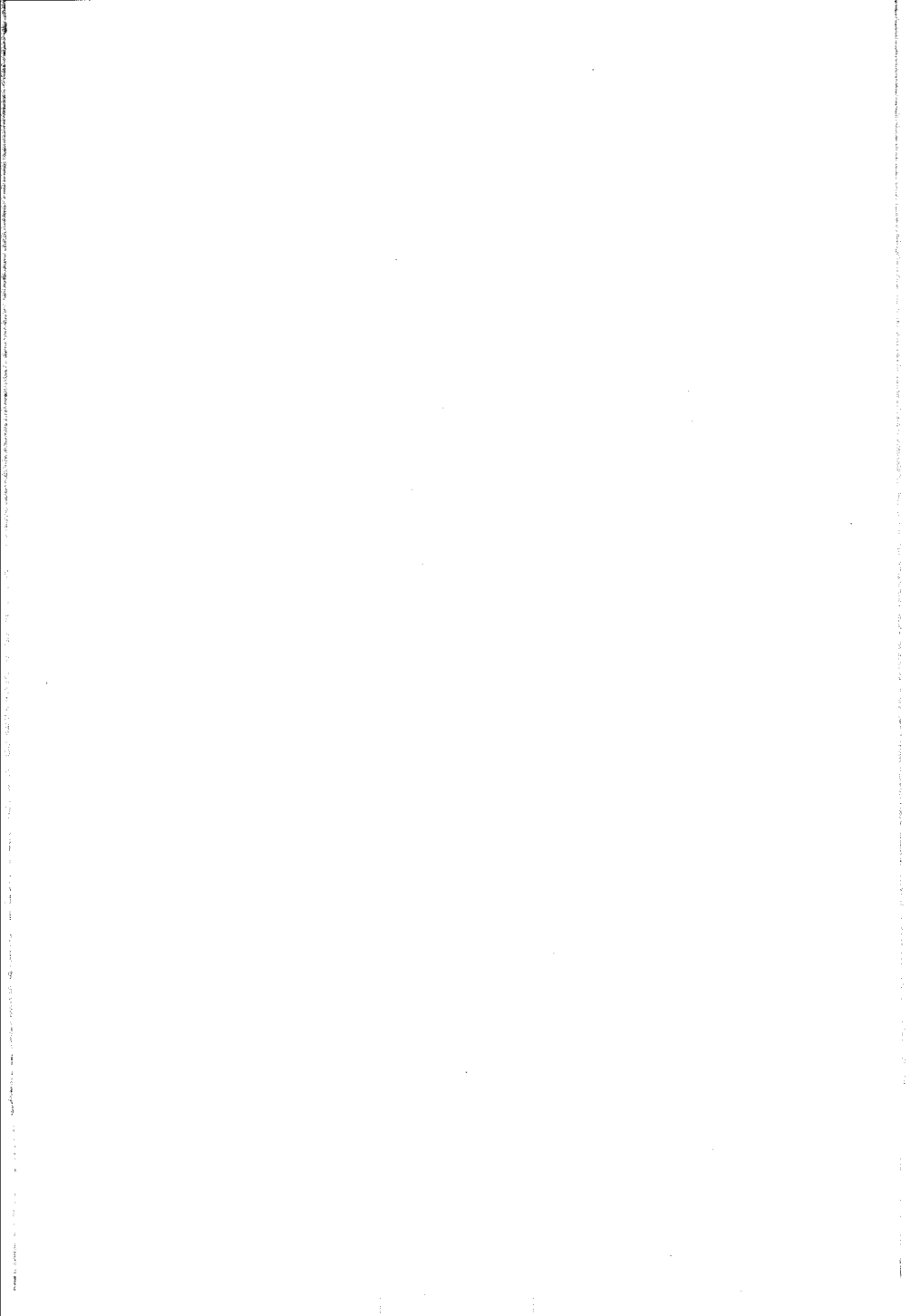
目次

一〇

一一九、如何鞏固顧客心理.....	一九二
一二〇、廣告信的另一用途.....	一九三
一二一、有效信封的使用法.....	一九五
一二二、小丑競賽.....	一九六
一二三、模擬結婚.....	一九八



營
業
術



第一章 商店的印象和氣魄

一、免包裝的節約資源運動

正如眾所周知，資源短缺的國家，在各方面一向強調有效的利用和節約。

紙張也是節約的項目之一，對一般零售店而言，紙袋和包裝紙的消耗數量可說相當驚人。所以，無論那家零售店，都努力設法節省紙張的消耗。但是，太過節省的話，有時會得罪顧客，反而得不償失。

然而，有些商店的措施却可引為借鏡，不只達到了節約的目的，而且仍然擁有固定的顧客。就拿一家超級市場來說，它與當地的消耗者協議展開免包裝運動，以節約資源為號召，結果顧客盈門，營業收入也蒸蒸日上。

這家超級市場雖然不使用包裝紙，但事先贈送來此購物的顧客，每人一個購物袋，提著購物袋上門時再贈送點券，等到點券達到一定的數量後，就可換取相當的