

出奇制胜

生意经

唐全发 主编



(桂)新登字01号

责任编辑 张 平

责任校对 韦洁琳 陈红燕

出奇制胜生意经

唐全发 主编

广西人民出版社出版

(邮政编码: 530021)

南宁市河堤路11号)

787×1092 1/32 开本

8.25印张 165千字

广西新华书店发行

广西南宁市人民印刷厂印刷

1992年 3 月第 1 版

1992年 3 月第1次印刷

印数 1—15,500册

ISBN 7-219-01985-8/F·165 定价: 3.50元

主 编 唐全发

副 主 编 (按姓氏笔划排列)

刘振泰 赵风华 肖刚华

宾光振 唐景琨 秦永成

编写人员 (按姓氏笔划排列)

王善恕 邓天鹏 方向清

韦绍玉 韦建生 兰克康

叶天白 江佩珍 刘长庚

张 仁 张安帮 陈 正

陈鸿尧 陈仕信 陈基祥

陈寿权 何文吾 何玉高

吴炳仕 李树强 李达庭

李茂兰 李学文 李乃斌

李端玉 李汉奇 李世庆

农 斌 林干忠 欧振源

欧阳坚 罗炳华 罗克振

周本固 胡良慧 胡绍康

袁	汉	文	莫	斯	魁	顾	德	仲
唐	鸿	炳	唐	景	莉	黄	宝	兴
秦	茂	林	郭	永	川	温	玉	良
彭	小	生	谢	东	恩	覃	凤	珍
覃	炳	林	覃	庚	年	蔡	英	鹏
谭	国	忠	魏	银	光			

目 录

信息篇

市场信息的基本要求	(1)
市场信息的范围	(2)
收集市场信息的方法	(3)
搜集市场信息的渠道	(3)
企业信息应用策略	(5)
怎样收集与应用“冷门”信息	(7)
掌握供销信息要“五知”	(8)
信息失误“症状”七种	(8)
情报与谈判	(9)
信息带来转机	(10)
美国如何猎取经济情报	(11)
领带上的情报	(12)
日本目前获得经济信息的速度	(13)
市场调查法种种	(13)
无所不包的西方市场调查	(15)
问禁·问俗·问变	(16)
市场调查经验谈	(17)
商品的几种销售预测法	(18)
厂商如何预测市场	(19)

怎样科学预测市场	(20)
----------------	------

策略篇

决策应以消费需求为中心	(25)
赢的策略	(26)
开拓经营	(27)
多角经营	(29)
专业经营	(29)
拖延致胜	(30)
战术取胜	(30)
巧用辩论	(31)
超越自我	(31)
把握“提前量”	(32)
重视特殊需求	(32)
友善胜于强暴	(33)
化整为零	(34)
绝招取胜	(34)
择强相争	(35)
多维策略	(35)
最宝贵的资本——人才	(37)
重视人才管理	(38)
博学	(39)
成功者的共性	(40)
不当甩手掌柜	(40)
市场选择策略	(41)
开发消费策略	(42)
市场进攻战略	(43)

创汇策略	(43)
------------	------

质量篇

货好招徕客盈门	(45)
商品不能老是一个样	(46)
要创新，不要模仿	(47)
过硬的“光环车”	(47)
太阳能新产品	(48)
袖珍录像机	(49)
复古时装	(49)
鲜花美餐	(50)
趣味商品	(50)
化缺点商品	(51)
方便商品	(51)
鸣笛水壶	(52)
不矫饰商品	(53)
尼龙系列商品	(53)

价格篇

“买卖公平”	(55)
明码标价	(56)
言不二价	(57)
订价技巧	(58)
降价要讲究策略	(59)
适时降价，一石三鸟	(61)
“金利来”的价格策略	(61)
国际市场上的价格竞争术	(62)

营销篇

港台公司命名要诀	(64)
店名杂议	(65)
商品要有好牌名	(66)
左撇子商店	(67)
不出售“商品”的科学商店	(68)
奇异商店	(68)
专售敏感症病人用品的特别商店	(69)
供人出气商店	(70)
日本的方便商店	(70)
单品商店	(71)
折扣商店	(71)
世界新奇商店种种	(72)
笔迹分析公司	(74)
“相似”公司	(74)
皮包公司	(75)
颜色顾问公司	(75)
形象公司	(76)
命名公司	(77)
笑话出口公司	(78)
夜间搬家公司	(78)
调查公司	(79)
减压公司	(80)
恋情公司	(81)
收购节日礼品	(81)
爱情房间	(82)
香港的服务中心	(83)

开展消费品租赁业务	(83)
为人送行	(84)
留守服务	(84)
清理服务业	(85)
玩具出租店	(86)
租借的示威队	(86)
上海人的生意经	(87)
美国人的生意经	(89)
日本药店的生意经	(90)
日本现代商品的竞争诀窍	(91)
日本商店的经营术	(92)
犹太商人的生意经	(92)
广东人的生意经	(93)
推销商品七戒	(94)
经营者十要诀	(95)
达成交易十法	(95)
百货中百客	(96)
货到地头未必死	(97)
有钱不置半年闲	(98)
不在一棵树上吊死	(98)
快马难赶青菜行	(99)
坐庄收购，直线调拨	(100)
戒欺——胡庆棠堂老板的生财之道	(100)
卖水果生意经	(101)
司马迁的生意经	(102)
陶朱公的生意经	(103)

古人的生意“招徕”	(104)
生意十忌	(105)
桌边术	(108)
快捷术	(108)
迎合术	(109)
祝辞术	(110)
音乐术	(110)
突破术	(111)
外带术	(112)
忌廉术	(112)
有趣的餐厅	(112)
“跑堂”和“响堂”	(116)
饮食业成功的七大要素	(117)
麦克唐纳的生意经	(118)
香港茶楼酒家的生意经	(119)
世界饮食业发展趋势	(120)
经济实惠的旅游方式	(120)
香港旅游业兴旺的秘密	(121)
奇趣旅馆大有可为	(123)
世界奇异旅馆种种	(124)
“假日客栈”发展秘诀	(125)
采购三诀	(126)
购物三原则	(127)
出租苹果树	(128)
草蜢蟋蟀换美元	(128)
卖蚂蚁能赚大钱	(128)

水族花卉生意好.....	(129)
待客之“九不”	(129)
经营五知.....	(130)
柜台三字经.....	(130)
文明经商“十”字诀.....	(130)

推销篇

“揭短”销售	(131)
先亏后赚.....	(131)
施礼回报.....	(132)
特殊赠送.....	(133)
以小取胜.....	(134)
常变常新.....	(134)
后发制人.....	(135)
按等级出售.....	(135)
移位营销.....	(136)
远购深销.....	(136)
风险促销.....	(137)
注重特色.....	(138)
色彩促销.....	(138)
质优价廉.....	(139)
承包自选.....	(139)
专柜设置.....	(139)
专利垄断.....	(140)
借山种树.....	(140)
独特设计.....	(141)
时差效益.....	(142)

开门占窗.....	(142)
利用古董促销.....	(143)
音乐促销.....	(144)
把握时机.....	(144)
以变应变.....	(145)
借风行船.....	(146)
心理利用.....	(146)
保持特色.....	(147)
赔偿揽客.....	(148)
躬亲推销.....	(149)
单品销售.....	(150)
界定区域.....	(151)
配套销售.....	(151)
节日推销.....	(152)
送货上门.....	(153)
推销自我.....	(154)
自我宣传.....	(154)
陈列表演.....	(155)
彬彬有礼销售.....	(155)
送礼推销.....	(156)
适外推销.....	(157)
见微知著.....	(158)
时差销售.....	(158)
气象推销.....	(159)
信誉推销.....	(159)
结友推销.....	(160)

爱心销售.....	(161)
敞开销售.....	(161)
方便顾客的销售.....	(162)
随顾客意愿销售.....	(163)
拆细改装销售.....	(164)
情感推销.....	(164)
递降推销.....	(165)
全员销售.....	(166)
示范表演术.....	(166)
眼明手快.....	(167)
无本生意.....	(168)
花色翻新.....	(168)
“瞄准女性”	(169)
机灵推销.....	(169)
超越常理.....	(170)
自信推销.....	(171)
寓销于欲.....	(173)
故弄玄虚.....	(173)
服务揽客.....	(174)
票券招客.....	(175)
赢客促销.....	(175)
“双簧”表演	(176)
内行推销.....	(177)
独特服务.....	(177)
送礼品促销.....	(178)
经理接待.....	(178)

薄利多销·····	(178)
以量取胜·····	(179)
性能展示·····	(179)
销售服务·····	(179)
限客销售·····	(180)
让利酬宾·····	(180)
新招促销·····	(180)
“借鸡生蛋，以蛋买鸡”·····	(181)
匮乏销售·····	(181)
调换销售·····	(182)
同价销售·····	(182)
还款销售·····	(183)
赔款销售·····	(183)
直观销售·····	(183)
一次性销售·····	(184)
同牌销售·····	(184)
视觉误差·····	(184)
现丑销售·····	(184)
环境促销·····	(185)
大包装推销·····	(185)
缝隙促销·····	(186)
拾牌促销·····	(186)
逆向促销·····	(187)
买一送二·····	(187)
情感推销·····	(188)
熟人推销·····	(188)

串门推销.....	(189)
应用销售.....	(189)
有奖销售.....	(190)
减价推销.....	(190)
聘用名人说客.....	(190)
顾客设计商品.....	(191)
最佳服务促销售.....	(192)
多方位服务.....	(192)
电视购物.....	(193)
“模特儿”促销	(194)
“十六字”促销法	(194)
观察行情销卷烟.....	(195)
希尔兹高战术.....	(195)
消费者推广.....	(196)
代理商推广.....	(196)
与外商谈判的十项策略.....	(197)
外商谈判的风格.....	(198)
怎样同阿拉伯人谈生意.....	(200)
怎样和美国人做生意.....	(201)
同欧洲人谈生意何时拜访最合适.....	(202)
日本商人的特点.....	(203)
广告商标篇	
成功在于广告.....	(204)
企业出了名才有好生意.....	(205)
广告设计十二法.....	(205)
怎样做好国际广告.....	(207)

灯笼广告.....	(208)
海报广告.....	(208)
传单广告.....	(208)
彩楼广告.....	(209)
服装广告.....	(209)
明信广告.....	(210)
烟幕广告.....	(211)
帽子广告.....	(211)
报纸广告.....	(212)
橱窗广告.....	(212)
香水广告.....	(212)
出错广告.....	(213)
宣传广告.....	(213)
车厢广告.....	(214)
漫画广告.....	(214)
飞翔广告.....	(215)
邮票广告.....	(215)
音乐广告.....	(215)
香味广告.....	(215)
时机广告.....	(216)
情感广告.....	(216)
柔销广告.....	(217)
噱头广告.....	(217)
球星广告.....	(217)
名人广告.....	(218)
赛前广告.....	(218)

揭短广告.....	(219)
老太太广告.....	(219)
无文字广告.....	(220)
否定式广告.....	(220)
跳动式广告.....	(221)
试吃试穿广告.....	(221)
见缝插针性广告.....	(222)
人扮机器人广告.....	(222)
化缺点为优点广告.....	(222)

服务篇

两种语言 两种效果.....	(224)
讲点语言艺术.....	(225)
良言一句三冬暖.....	(225)
多用敬语.....	(226)
冷脸变笑脸.....	(226)
笑脸相迎.....	(227)
礼貌待客.....	(228)
态度热情.....	(228)
通宵服务.....	(229)
诚实经商.....	(230)
服务周到.....	(231)
服务细微.....	(231)
消除疑虑.....	(232)
概可退换.....	(232)
十字新招.....	(233)
看相做生意.....	(233)