

The best programs of
marketing

最棒的

营销

艺术

7

大方案

最终能决定商品销量的
并不是商家，而是消费者

搞市场营销重要的不在
于卖什么，而是在于怎么卖



陕西旅游出版社

JINOKJINGLIJICONGSHU
金OK经理级丛书



营销

艺术

金丽
编著

陕西旅游出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

金 OK 经理级丛书 / 金丽著. — 西安: 陕西旅游出版社,
2000.12

ISBN 7-5418-1660-4

I. 金… II. 金… III. 企业管理—经验
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 80085 号

责任编辑: 郭联耀

封面设计: 刘 晖

版式设计: 刘 保

责任监制: 刘青海

责任校对: 谭 青

金 OK 经理级丛书

营销艺术

金丽 编著

陕西旅游出版社出版发行

(西安市长安北路 32 号 邮政编码: 710061)

新华书店经销 北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

850×1168 毫米 32 开本 12 印张 200 千字

2001 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 2 次印刷

印数: 10001—12000 册

ISBN 7-5418-1660-4/G·421

(全套四册) 总定价: 91.20 元

序 言

人生有限，商机无限，如何掌握要领与契机，成功地经营事业、经营人生？这是每个人都不能回避的问题。

新概念市场营销规律是：今天旺销之时，也是明天滞销的开始。精明的商人都善于从流行之中创独行、从众行之中求反行、从丰足之中寻空点，从热门之中爆冷门……

只有错误的经营、没有错误的顾客。同时，市场上流行这样一句话——“推销产品要针对顾客的心，而不要针对顾客的头。”在消费者决定市场营销的今天，应该是顾客需要什么，就生产什么；顾客喜欢什么就销售什么。搞市场营销主要的不在于卖什么，而是在于怎么卖。要想做一名称职的商人，就必须具有警犬一样的聪明、猫头鹰一样的眼睛、兔子一样的灵敏、牛一样的勤奋和鹦鹉一样的能说会道。

《营销艺术》从独特的经营理念、多样化的行销方式，坚定的顾客至上原则，灵活的价格战术，梦幻般的包装技巧，有效的广告策划、点金术般的谈话技艺入手，涉及了大量超越不同时代、地域的经商实例和理论，虽然它不能完全解决各种营销上的难题，但它所表达的“睿智”原则却试图以不同的方面给您以深刻的启迪。

不论时代如何变迁，“智慧”是惟一最受用的自我财产，如果你掌握了这一人生智慧，在今后漫长的人生道路上就能够克服所有困难，无往不胜。

编 者



目 录

第一章 经营方略

精明的生意经	(3)
经商“黄金原则”	(5)
零售经营四原则	(6)
没问题就是问题	(8)
用新办法就有办法	(9)
选择的难题	(11)
当机立断	(12)
商场“钓客术”	(14)
冒天下之大不韪	(15)
孤注一掷的回报	(17)
善的循环	(18)
积小成多	(19)
老板的绝招	(20)
让数字说话	(22)



让同行发小财	(24)
超常识经营	(25)
钻缝经营	(27)
“黄金律”生产黄金	(28)
整体化经营	(30)
多样化经营术	(31)
经营中的“中庸”之道	(34)
大象经营哲学	(35)
多元化经营	(37)
“放题”式经营术	(38)
创意经营大法	(40)
三角经营法	(42)
回扣经营法	(43)
“饥饿”经营术	(44)
迂回经营术	(46)
“倒行逆施”的经营思路	(48)
瘦鹅经营哲学	(49)
生意如情人	(51)
经营要持之以恒	(52)
生意无禁区	(54)
世上最优秀的商品	(55)
无价之宝	(57)
网络淘金	(58)
“现做现卖”的经营术	(60)
经营眼光要独到	(62)



争天下第一	(63)
醉翁之意不在酒	(65)
领异标新出奇招	(66)
“让名”的妙处	(68)
敢做伟大人物	(69)
三方共享制	(70)
迂直之计	(72)
欲取故与	(73)
制造竞争对手	(75)
以小吞大经营谋略	(76)
赔本赚技术	(78)
最厉害的一招	(80)
化整为零分散经营法	(81)
先计而后动	(83)
巧夺市场份额	(85)
市场“土拨鼠”	(86)
妙用骑墙策略	(88)
“一厢情愿”的悲剧	(89)
旁门左道也是财路	(90)
优质药售劣质价	(92)
无次品经营理念	(93)
舍得“割爱”	(95)
化险为夷	(96)
用脑赚钱	(98)
赚钱秘方	(100)



勿以善小而不为	(101)
以特取胜	(103)
胜兵先胜而后求战	(106)

第二章 行销秘点

巧妙制造流行	(113)
温馨推销法	(114)
多角化营销	(116)
利用对手的非难	(118)
自揭家丑搞促销	(119)
实物说服	(120)
借物激欲	(122)
强人所难是销售的突破口	(124)
“征名”浪打浪	(125)
“赔本”大甩卖的烟雾	(127)
电视直销	(128)
销售的“核武器”	(130)
新产品促销术	(132)
推销员要拘小节	(133)
推销工作的秘诀	(135)
退换货里的计谋	(136)
在“摔”、“压”、“洒”里做文章	(138)
换位倒戈销售术	(140)
外围销售歼灭战	(142)



三角销售神秘链	(143)
办公室推销	(145)
第三代销售法	(147)
乐趣促销	(149)
退款销售	(150)
利用差别效应推销	(151)
揭短销售	(153)
利用观念推销	(154)
行销“裸人国”	(156)
稀奇古怪的念头	(157)
激发购买欲	(159)
无店铺营销	(160)
心理促销术	(162)
“联销”促销术	(164)
“信息捕捉”促销术	(165)
先尝后买推销术	(167)
老鼠当推销员	(168)
高价促销	(170)
提价畅销	(171)
巧演双簧	(173)
吃小亏占大利	(175)
编织动人的梦幻	(176)
退一步海阔天空	(177)
天上也有赚钱的奥秘	(179)
佛法无边、金钱无界	(181)



同步心理	(183)
限时购物	(184)
情感攻心术	(185)
商制敌国	(187)
合法说谎	(188)
商界鬼打鬼	(189)
误冲误撞成富翁	(191)
创造畅销	(192)
本田妙案	(193)
抓住市场“牵头牛”	(195)
反弹琵琶营销术	(196)
把顾客逼上梁山	(199)
女人是盛钱的匣子	(200)
抓住年轻一代	(202)
公平交易是法宝	(204)
歉收五年的地方	(205)
市场的行家里手	(206)
机会就在眼前	(208)
出口雨水赚大钱	(209)
想象力也是一种财富	(211)
两头赢利	(212)
抓住关键人物	(214)
灵机一动	(215)
对比显奇效	(216)
把握商品成交的信号	(217)



组合就是创造	(219)
--------------	-------

第三章 顾客至上

笑脸相迎	(223)
第二次竞争	(224)
大赔换大赚	(226)
服务形象	(228)
满足顾客的偏好	(229)
把乞丐当上宾	(230)
“二五〇人法则”推销术	(232)
生意不在情义在	(234)
让顾客怀有歉意	(235)
善待每一位顾客	(236)
行高招远客	(237)
一桩生意,七分服务	(238)
自己的钱随便拿	(239)
鬻马馈纓的启示	(241)
洗心革面换新颜	(243)
回扣留客法	(244)
吸引食客	(245)
培养忠诚顾客	(247)
让顾客自己下决心	(248)
赠送一片真情	(250)
一悲一喜蕴商机	(251)



顾客,你一边去吧	(253)
----------------	-------

第四章 价格魔方

突破价格观念	(259)
货币错觉	(260)
高低一样的货	(261)
商品定价诀窍	(263)
售货员报价技巧	(265)
折扣生财	(268)
空洞的保证	(269)
价格取胜促销术	(271)
高价争购	(272)
高价促销术	(274)
原价销售法	(275)
漫天要价法	(276)
巧用掉包计	(278)
价格中的视觉陷阱	(279)
妙用旧钞	(281)

第五章 包装梦幻

激发购买欲望的艺术	(285)
重视包装的魅力	(286)
改造包装销售术	(287)



迷人的外衣	(289)
改头换面术	(291)
巧用颜色	(292)
创立名牌意识	(293)
为商品取个好名	(295)
首因效应	(297)
名字的包装艺术	(299)
四两压千斤	(300)
抓住顾客的心理	(301)

第六章 广告攻势

王婆卖瓜, 自卖自夸	(305)
好酒也要勤吆喝	(306)
西冷公司的广告创意	(308)
妙语促销	(309)
与大人物同在	(310)
愚蠢与聪明	(312)
借人树威、身价百倍	(313)
揭短广告	(315)
善用名人效应	(317)
巧借商机	(318)
幽默广告	(320)
搭上媒体便车	(321)
绝妙的广告	(322)



“愚蠢”的策化	(323)
靠广告闯出世界的“金利来”	(325)
别具一格的广告手法	(327)
唯美广告	(328)
铺垫广告	(329)
神韵广告	(330)
悬念广告	(331)
公关广告	(333)
促销广告	(335)
不惜本钱广告轰炸	(336)
戏剧性广告	(337)
联袂广告	(339)

第七章 巧舌点金

“猪肉佬”的口才艺术	(345)
和气生财	(346)
生意的好坏全凭一张嘴	(347)
一句话赢得顾客心	(348)
巧嘴生财	(350)
一语千金	(351)
说与听的学问	(352)
妙语生财	(354)
一句谚语解僵局	(357)
打动顾客之心	(358)



巧言诱导对方	(359)
千万别说没有	(361)
妙语绝伦	(362)
让对方说是	(363)
打动人心的推销语言	(365)
幽他一默	(367)
幽默在老板身上的魅力	(368)
特定场合的委婉语言	(369)
与“借口”交锋	(370)
妙语铺台阶	(372)
逼你开口	(374)

第

章

经营方略



- 商人虽有所谓景气不景气，但不论情况如何，非赚不可。
- 多元化经营有很高的潜在利润，是一种极具吸引力的经营方式。
- “钻缝经营”似乎有些不地道，但却闪耀着才智之光。
- 运用“饥饿”经营术是让商品长年保持“供不应求”的不二法则。
- 把别人使用过旧的不能再旧的经营方法，稍加改变又可以变成一种新的赚钱方法。