

PHP

叢書
BUSINESS
LIBRARY



洪建全教育文化基金會

爲什麼

伊吹卓／著 吳致秀／譯

不暢銷



爲什麼不暢銷

■ P H P 叢書 ■ 爲什麼不暢銷



本書經日本 PHP 研究所授權中文翻譯、出版

版權所有・翻印必究

定價 120 元

為什麼不暢銷

作者／伊吹卓

譯者／吳致秀

發行人／洪簡靜惠

出版者／財團法人洪建全教育文化基金會

附設書評書目出版社

執行編輯／張翠萍

美術編輯／鄭慧靜

校對／全映玉・吳素秋・張翠萍・蔡美麗・

地址／臺北市中華路一段 89-3 號

電話(02)3717999 代表號

劃撥帳號 0019274-1 書評書目社

排版者：龍虎電腦排版股份有限公司

印刷者：秋雨印刷股份有限公司

出版執照：行政院新聞局登記證局版臺業字第 0800 號

法律顧問／劉茂本律師

地址：臺北市襄陽路 13-5 號 2 樓

電話(02)3313239・3113530

呂榮海律師

地址：臺北市金山南路 2 段 2 號 8 樓 2 室

電話(02)3966321・3943393

中華民國 77 年 9 月初版

本書如有缺頁、破損、倒裝、請寄回更換

PHP系列叢書出版總序

簡靜惠

在邁向二十一世紀的今天，眼看著科技文明以日新月異的速度發展，物質生活不斷地提高，功利主義持續地被強化，而知識多元的累積達到了「爆炸」的時代，內心的焦急真是無以名狀。但是，我們能做什麼呢？怎麼樣才能喚起大家在科技文明中，加入人文關懷？讓物質生活滿足外，也兼及精神生活的充實？功利追尋中帶著人性的溫暖，以生命的智慧來運用知識？畢竟，這是一個「人」的世界啊！

洪建全教育文化基金會十多年來從事各項文教活動，不僅期待成長，更盼望和諧。這樣的信念與日本松下幸之助先生的理念有著共通與共鳴。PHP的理念是四十二年前（一九四六年）日本松下幸之助先生提倡的：Peace and Happiness through Prosperity——透過繁榮，達到和平與幸福。以這樣對人類的關懷而負

起的使命感，PHP研究所四十多年來，出了不少的書，也辦了不少活動，本會與之結合，並引進出版作品，即是在促進人類智慧的交流，也彼此欣賞創作的結晶。

第一年度預計出版 PHP Business Library 十二本，針對基層的上班族，提供其在面臨抉擇、壓力及困擾時的自我審視和調適之道，從而建立正確的工作觀及人生態度。

面對二十一世紀的挑戰，該做及待做的事實在太多了，若能從自我本身的充實開始，讓每一個生命都是堅強的個體，那麼凝聚成更團結的羣體才能夠成為可能。讓世界性文化的交流，在彼此不同經驗中，匯成四海同心同理的神奇智證。不僅映照自己生命的意義，也可通透宇宙整體生命的大和諧。

確實掌握消費者

劉水深

人類已逐漸遠離純粹追求物質以維持生存的時代，繼之而起的是物質充斥、商場競爭激烈的富裕社會。於是，心靈的需要也漸漸較物質的需要更為消費者所重視。因此，消費者對商品的感受，往往成為決定其是否要購買的關鍵所在，也注定了商品是否會暢銷的命運。基於此種觀點，企業的行銷活動，特別是商品的设计，不能不考慮消費者的需要與喜好，即以消費者為企業活動的核心。此種理念即是晚近管理學術界一致推崇的「顧客導向」之經營哲學。事實上，多數業者也贊同此種經營理念，然而多年來仍無法落實，原因之一是經營管理者往往持著「人同此心，心同此理」之觀念，認為自己很清楚消費者的喜好，因而越俎代庖，結果卻常常無法令消費者滿意，而遭到不暢銷的命運。

在本書中，伊吹卓先生反覆闡述經營者「自以為是」的錯誤態度。他認為不

承認商品有毛病是造成滯銷的主要原因，只有放棄自己的主觀見解，承認商品有毛病，才能進一步探討改進商品的方法。他認為經營者應該抱著「完全不懂消費者喜好」的超然態度，也就是伊吹卓先生所稱的「傻瓜哲學」，隨時反問自己：「人們喜歡這個嗎？」隨時探討、請教消費者，並且設法從暢銷品中獲得消費者喜好的線索，再不斷地監聽消費者的不滿，藉以不斷地改進，克服他們不買的原因。

消費者購買商品，並不是購買商品本身，而是購買商品所帶給他的效益、滿足。誰能提供較大的滿足，誰就能贏得他們的支持。值此經濟自由化與國際化的時代，我國業者將面臨更大的競爭壓力，將來只有確實掌握消費者的需要、喜好，減少他們的不滿，才是競爭勝利的不二法門。希望在未來的競爭中脫穎而出的業者，本書可提供一些助力。

前言

1 不要問：「爲什麼不暢銷？」

而要反省：「爲什麼別人不買？」

這樣，就能知道消費者的不滿。

2 「爲什麼不買呢？」

這個理由很簡單——

一定是消費者有所不滿。

3 若要使商品暢銷，

就該找出消費者不滿之處，加以改善。

改正缺點後就能使商品暢銷。

4 消費者花錢爲求滿足，

沒有人願意花錢買不滿。

因此，只有在自己滿意的商店、對自己滿意的商品，才有購買慾。

5 不要問生產商品的人，

而要請問購買者。

購買者知道這商品的價值。

6 「要不要買呢？」

與其問社長，倒不如問消費者。

社長是生產商品的人，而非購買者。

7 並非商品好才賣得出去，

而是因為沒有不滿才暢銷。

人類對「不滿」很敏感。

8 為什麼不知道消費者的不滿？

因為你不願意聆聽！

9 請抱持「接受責罵」的心情，

批評是商品暢銷的智慧寶庫。

10 人類是不平、不滿的動物。

因此，得到滿足是最快樂的事。

PHP (Peace and
Happiness thro-
ugh Prosperity)

理念：透過繁榮，達
到和平與幸福；係日
本松下幸之助先生所
提倡。

Business Library 系列：

- ① 佔士風的男人
- ② 單身赴任
- ③ 工作厭煩時
- ④ 企劃思考12
- ⑤ 做工作崗位上的主人
- ⑥ 男性社會女性時代
- ⑦ 個人危機處理
- ⑧ 為什麼不暢銷
- ⑨ 就業座標
- ⑩ 掌握 OA
- ⑪ 企業家能力培養
- ⑫ 期待中的新領導者

PHP

叢書

BUSINESS
LIBRARY

PHP Business Library 是本社與日本 PHP 研究所簽約，正式取得授權，所精選出的 12 本好書。內容針對國內上班族在面臨工作抉擇、工作壓力和困境時，如何做自我的調適與突破，以迎接嶄新的職業生涯。

PHP

目錄

PHP系列叢書出版總序

簡靜惠

確實掌握消費者

劉水深

前言

第一章 「商品醫院」興隆記

1

1 「毛病」都是自找的

2

2 滯銷商品有「毛病」？

5

3 先找出「毛病」！

7

- 4 商品病理學 9
- 5 爲什麼不暢銷概念圖 11
- 6 替商品卜卦 14
- 7 商品診斷師的誕生 16
- 8 「賣不出去了，請替我診斷！」 19
- 9 爲何百事可樂在日本打了敗仗？ 21
- 10 黃禍和橫禍有何差別？ 24
- 11 爲什麼美國人喜愛黃色？ 26
- 12 瑪麗蓮夢露的金髮是染的 29
- 13 固齡玉爲什麼會失敗？ 32
- 14 大多數的日本人都討厭美國 34
- 15 人造偏光板不是照相機？ 37
- 16 「越老舊越暢銷」只得五〇分 39
- 17 爲什麼只有「巴而可」暢銷？ 41

- 18 獨斷和偏見是行不通的 43
- 19 「商品病」正流行 46
- 20 誤診——「醫原病」是很可怕的 48
- 21 商品醫院興隆記 50

第二章 商品買賣的祕訣——改正缺點

53

- 22 不暢銷是因為心中有所不滿 54
- 23 松下公司的祕訣：不需要讚美的話 56
- 24 沒有人願意花錢買不滿 58
- 25 消費者對不滿很敏感 61
- 26 購買商品的不是社長 63
- 27 「拒絕生病」是最大毛病 65
- 28 買賣病類似心理、生理病 67
- 29 想隱藏不滿、怨言 70
- 法則 1 2 3 4 5 6

30 不滿永無止境

72

法則 7

31 消費者以好惡來選擇

75

法則 8

32 討厭的東西即使免費也不要

77 法則 9

33 自己看不見本身的缺點

80 法則 10

第三章 爲什麼不暢銷？

83

34 爲什麼不暢銷？

84

1

35 不賣「商品」，改賣「滿足」吧！

86

36 「不暢銷」一話是假的

89

37 「你也能賺錢」一話全屬謊言

91

38 「誰都能賺錢的時代」已經結束

93

39 不景氣，暢銷商品還是能銷售一空

95

40 因應不景氣所需的販賣術

98

41 啤酒的味道雖然都一樣……

101

42	心理價值的發掘	104
43	販賣的祕訣——人緣	106
44	自私自利的人一定失敗	108
45	不買的原因難道是客人不好嗎？	111
46	說的不是真心話嗎？	114
47	百圓化妝品的失敗	116
48	用理科的理念是銷售不出去的	118
49	只要是喜歡的東西，等也願意買	120
50	不懂設計就是喪失資格	123
51	「好的設計」和「暢銷的設計」	125
52	賣方的理論，買方的理論	127
53	暢銷商品的製作人	129
54	神吉晴夫的暢銷術	132
55	心理價值不能在工廠製造生產	134