

回头客生意经

如 何 招 徕

# 回头客

立地环境细端详 · 换个思想找市场

得人心者得市场 · 情感留人客回头

## Ru He

ZHAOLAI  
HUI TOU KE

编著 / 李绍华



石油工业出版社

回头客生意经

# 如何招徕回头客

李绍华 编著

石油工业出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

回头客生意经—如何招徕回头客/李绍华编著. —北京:石油工业出版社,2000.7

ISBN 7-5021-2653-8

I.回… II.李… III.商业经营—通俗读物 IV.F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 27343 号

---

书 名:回头客生意经—如何招徕回头客

编 者:李绍华

责 编:郎东晓

出版发行:石油工业出版社 邮政编码:100011

通讯地址:北京安定门外安华里二区一号楼

经 销:新华书店北京发行所发行

印刷装订:北京京安印刷厂

开本印张:850×1168 1/32 印张 13

字 数:270 千字

版 次:1999 年 7 月第一版

印 次:2000 年 9 月第二次印刷

印 数:1-3000 册

书 号:ISBN 7-5021-2653-8/C·80

定 价:19.70 元

---

# 序 言

想经商者或已经商者，常常遇到一些问题的困扰：怎样入行与开店？如何抓住商机？怎样掌握顾客的心理来促销？如何用人所长为己服务？怎样运用广告树立形象？

他们不是不敢干，只是求财不知道。

君子爱财，取之有道。这“道”一是指合法的经商之道；二是指巧妙的致富之道。合法的经商之道，经商者必须掌握，否则会被政府关闭大门；而巧妙的致富之道，因时、因地、因人而异，天时、地利、人和是其主要内涵，但并非人人都能掌握。

经商的成功与否，很大程度上取决于回头客的多与少。对绝大多数商家来说，回头客往往比头回客多，一些头回客多次充当回头客，甚至变成常来常往的常客。可以说，商家是靠无数个回头客支撑起来的。因此，你想要占领市场必须招徕更多的回头客。让“头回客”成为“回头客”是老板们共同的追求，而客源总是有限的。要争夺客源，商家就得各显神通。

本书从环境、商机、用人、促销、广告等角度出发，以独特的视角和敏锐的眼光，总结了如何让顾客“回头”的经营方法，商人可从中学到很多做生意的知识，从而出奇制胜，创造业绩；其他社会读者也能从中得到思维的开拓、增长智慧的启示。

1999年7月

# 目 录

## 第一章 定位设计

---

赚钱之路很多，但必须选择。

我们常看到有些新开的商店很快就失败了，最常见的原因就是商店的选址不当，定位不准。

### 一、立地环境细端详

- 1. 宜选准地点 忌不知对象 ..... (3)
- 2. 宜名实相符 忌名乖意外 ..... (8)
- 3. 宜菜单雅致 忌齷齪不堪 ..... (14)
- 4. 宜有高品位 忌浅薄粗俗 ..... (17)
- 5. 宜弗拘近利 忌不善远谋 ..... (19)

## 二、审时度势定对象

- 6. 宜量力而行 忌定位太杂…………… (23)
- 7. 宜预测市场 忌盲人瞎马…………… (25)
- 8. 宜错位竞争 忌结构雷同…………… (29)
- 9. 宜畅销常销 忌不跟市场…………… (31)
- 10. 宜抓住孩子 忌只顾成人…………… (35)
- 11. 宜保持传统 忌丢掉品牌…………… (37)

## 第二章 包装禁忌

---

华而不实的人是让大家讨厌的。同样的道理，商店的装修、商品的包装再好，而其本身质量不过关，照样不能给商家带来利润。

- 1. 宜取舍得当 忌棧比珠好…………… (45)
- 2. 宜降低门槛 忌盲目高档…………… (51)
- 3. 宜质量为重 忌华而不实…………… (55)
- 4. 宜陈列悦目 忌杂乱无章…………… (62)

## 第三章 经营妙方

卖同样东西的商店到处都是，要使顾客走进你的店，非得有些特色不可。

一味模仿他人，只会失败。

### 一、独辟蹊径利自生

1. 宜独辟蹊径 忌没有慧眼…………… (72)
2. 宜形式翻新 忌因循守旧…………… (79)
3. 宜应有情调 忌无趣酒吧…………… (86)
4. 宜出奇制胜 忌固步自封…………… (89)
5. 宜以变制变 忌服务不周…………… (94)

### 二、换个思路找市场

6. 宜保险求新 忌一味“吃熟”…………… (97)
7. 宜创造市场 忌封闭销路…………… (102)
8. 宜入乡随俗 忌坐失商机…………… (106)
9. 宜填补市场 忌不抓空档…………… (110)
10. 宜人无我有 忌不敢创新…………… (115)



## 第四章 服务技巧

---

中国有句俗语，叫做“有心种花花不成，无心插柳柳成荫。”贩卖商品、贩卖服务时，如果功利性太强，将自己所卖之物视为毒瘤，想尽快甩掉，一般来说，是收不到好效果的。

### 一、良言一句三冬暖

1. 宜多用敬语 忌口出恶言 ..... (123)
2. 宜介绍得当 忌贬损他人 ..... (129)
3. 宜百问不厌 忌一问就烦 ..... (131)
4. 宜态度和蔼 忌横眉冷对 ..... (134)
5. 宜以和为贵 忌现场争吵 ..... (137)

### 二、情感留人客回头

6. 宜感情投资 忌赚钱走人 ..... (141)
7. 宜真诚待人 忌虚情假意 ..... (144)
8. 宜为人着想 忌指责顾客 ..... (147)
9. 宜记住顾客 忌新老不分 ..... (149)
10. 宜善始善终 忌虎头蛇尾 ..... (152)

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 11. 宜上门服务 忌坐等客来····· | (154) |
|----------------------|-------|

## 第五章 管理艺术

---

用人之术，攻心为上。

你帮助员工，他也会帮助你；你亲近员工，他也会亲近你。

让他惧怕你，这是短时之功；让他感激你，这才是长久之术。

要想得到一个人，必须从心理上征服他。

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 1. 宜仁爱宽厚 忌老板自居 ····· | (158) |
| 2. 宜情感留人 忌轻视下属 ····· | (161) |
| 3. 宜称赞为主 忌指责太多 ····· | (165) |
| 4. 宜横逆不较 才归而自反 ····· | (170) |

## 第六章 价格窍门

---

定价应有三原则：

1. 反映商品的价值。
2. 反映顾客的满意程度。
3. 既要相对灵活，又要相对稳定。

1. 宜订价合理 忌要出天价 ..... (177)
2. 宜明码标价 忌讨价还价 ..... (179)
3. 宜利己利人 忌价格大战 ..... (184)
4. 宜长期显效 忌短期兴奋 ..... (186)
5. 宜物有所值 忌曲高和寡 ..... (190)

## 第七章 广告策划

酒香也怕巷子深。好货也需勤吆喝。如果消费者不理解你的商品或你的服务，就不会产生购买动机。

好的广告应达到以下三个目的：一是针对性强、感染力浓；二是主题必须明确醒目，切忌面面俱到；三是选择的媒体得当。这样才能使广告宣传对象注意产品，引起兴趣，产生购买欲望，进而决定购买。

1. 宜投其所好 忌不解人意 ..... (197)
2. 宜一顾之荣 忌法不能容 ..... (199)
3. 宜桃李不言 忌急于表白 ..... (203)
4. 宜坦诚缺点 忌毫无保留 ..... (207)
5. 宜润物无声 忌强迫推销 ..... (213)

## 第八章 个人魅力

---

每一位顾客都是你的好朋友，你应该很高兴地给他帮忙，帮助他在购买商品时做出选择。

你不能欺骗好朋友，也不能冷落好朋友，你应靠个人魅力来吸引他。

### 一、先推销自己 再推销商品

1. 宜发自内心 忌职业微笑 ..... (220)
2. 宜明白角色 忌越俎代庖 ..... (225)
3. 宜仪表整洁 忌不战自败 ..... (227)
4. 宜给人面子 忌让客难堪 ..... (234)

### 二、熟悉知识拉客来

5. 宜业精于勤 忌荒疏知识 ..... (238)
6. 宜学有专长 忌甩手掌柜 ..... (242)
7. 宜洗耳恭听 忌害怕抱怨 ..... (247)
8. 宜给人面子 忌让客难堪 ..... (250)

## 第九章 企业形象

---

每天出手的商品，应像嫁出多年费尽心血养大的女儿。女儿出嫁后，父母会关心她婚后生活是否美满，时刻惦记着对方家人是否喜欢她。如此这么想，必然关切售出后的商品。一旦到了这个程度，商誉自然来。

### 一、得人心者得市场

1. 宜先得客心 忌不放长线 ..... (257)
2. 宜建立信誉 忌见钱眼开 ..... (260)
3. 宜换位思考 忌货卖不退 ..... (262)
4. 宜缺货登记 忌敷衍了事 ..... (266)
5. 宜细致入微 忌不解人心 ..... (270)
6. 宜自身“造血” 忌总吃“皇粮” ..... (274)
7. 宜终身喂饵 忌冷淡老客 ..... (277)
8. 宜承诺兑现 忌只说不做 ..... (280)
9. 宜注重细节 忌因小失大 ..... (283)
10. 宜达人达己 忌相互拆台 ..... (290)

## 二、违返法纪砸牌子

|           |             |       |
|-----------|-------------|-------|
| 11. 宜济世社会 | 忌在商言商 ..... | (296) |
| 12. 宜讲究大义 | 忌损国利己 ..... | (299) |
| 13. 宜公平竞争 | 忌坑人宰客 ..... | (302) |
| 14. 宜遵纪守法 | 忌自设陷阱 ..... | (304) |
| 15. 宜宾至如归 | 忌当贼提防 ..... | (308) |
| 16. 宜树立形象 | 忌敌视顾客 ..... | (311) |
| 17. 宜重视口碑 | 忌自砸牌子 ..... | (316) |

# 第一章

## 定位设计





## 一、立地环境细端详

赚钱之路很多，但必须选择。

我们常看到有些新开的商店很快就失败了，最常见的原因就是商店的选址不当，定位不准。

“天时不如地利”这句话充分说明了地利的重要性。开店，地理位置的优势应成为能否赢利的第一重要因素。

---

### 1. 宜选准地点 忌不知对象

---

自从人类产生以来，吃饱肚子乃是生存第一要求。俗话说：“民以食为天”。中国古代的圣哲孟子也曾说过：“食色，性也”，他把吃饭这件事看成了人类本性之一。这些话表明，吃，对于人们来说是第一位的头等大事。

无论是古代的酒肆、饭铺，还是现在的酒吧、火锅城、食廊，餐饮业可以说是一个永不衰落的阳光产业。

餐饮业是市场潜力十分广阔的行业。随着我国社会经济的