

趣味企管案例集锦丛书

Sales promotion

趣味促销

Quwei Cuxiao Anli Jijin

樊丽丽◎主编

案例集锦

并非每个案例都很有趣味，
但都小有启发，轻松阅读，随时思考



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

趣味促销案例集锦

樊丽丽 主编

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

趣味促销案例集锦/樊丽丽主编. —北京: 中国经济出版社, 2005. 1

(趣味企管案例集锦丛书)

. ISBN 7-5017-6790-4

I. 趣… II. 樊… III. 市场营销学—案例—世界
IV. F713. 50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 122384 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京西城区百万庄北街3号)

网 址: WWW. economyph. com

责任编辑: 后东升 (电话: 68359423)

责任印制: 常毅

封面设计: 张乙迪

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市华润印刷有限公司

开 本: 880mm×1230mm 1/32 印张: 10 字数: 182 千字

版 次: 2005 年 1 月第 1 版 印次: 2005 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 0001—5000 册

书 号: ISBN 7-5017-6790-4/F·5415 定价: 18.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68341879

68353624

《趣味促销案例集锦》

编 委 会

主编 樊丽丽

编委会成员

周传林	甘长江	刘昊昌	范普森	魏 伟
杨艺明	舒文娟	樊伟伟	李 路	张道深
熊婉芬	程日芳	傅珠军	赵望海	斯廉松
谭美凤	乔世荣	龙梅林	袁良喜	金耀华
沈宏昌	徐怀明	钱丹舟	林 静	马世泰
王露晓	鲁耘耕	方木黎	田良中	花永芳
汤玉升	黄宏深	孔会伯	姜本立	范宏喜
孙方圆	高克敏	沈冉由	华特欣	卫辉球
夏南星	韩得谊	尹尚连	曹立芳	郑洛宁
蒙正久	肖亚敏	牛 准	于干天	宋方士
胡今声	由晓强	熊午书	戴松衮	周亚芳
贾凤喜	林慧洲	冯伯如	罗斯点	石成军

前 言

无论对于生产性企业还是商业性企业，其所生产销售的产品是它们赖以生存关键，随着市场竞争的日益激烈，各企业都费尽心机，积极运用优秀的促销策略扩大产品市场，使企业和产品在市场中获得竞争优势。为此，众多企业和个人付出了极大的努力。而在促进商品的销售上又没有定式可循，只要是能够达到有效提高商品销售量的策略都是成功的。人们可以抓住消费者心理进行促销，可以做广告提高产品的知名度，可以利用突发事件或国内外的重大事件树立企业良好形象等等，其方法之多让人们至今无法得出结论，直言其中的某一种方法是最好的。但是我们在考察了大量的促销案例之后不难发现，最优秀的、最成功的那些促销案例往往都奇招迭起、妙趣横生，以致人们拍案叫绝，禁不住一试。

有一家命名为“最差餐厅”的饭店公然打出招牌宣称：本店有本市最差的厨师为您烹饪最差的菜肴，为您提供最差的服务。人们对此十分好奇，非常希望知道最差的服务及最差的菜肴是怎样的，因此使得该饭店门庭若市。又如，有一家理发店发现，工作业务繁忙的人即使在理发的短短一段时间内也不得闲，往往使得理发的人很狼狈，于是该店提供一项在理发期间出租秘书的服务，受到众多工薪一族的热烈的欢迎，真可谓别出心裁。

因此，本书收集整理了大量奇妙、有趣的促销案例，意在通过这些蕴含着深刻促销哲理的小故事，给企业管理者及个人以启示，借此生发出更多的新奇且不拘泥于俗套的促销奇招。

编 者

目 录

服务促销篇	(1)
送鞋的风俗	(3)
卖电视装差转台	(4)
售前服务促销术	(5)
“亏本”的买卖也能赚钱	(6)
请君入瓮	(7)
化整为零	(8)
服务推销术	(9)
“请触摸”商店	(11)
“二次消毒”	(12)
“围着学生作文章”	(13)
四退换	(15)
“一元钱”存款	(16)
自行车店的售前服务	(17)
仿制硬币带来的生意	(19)
售琴又教琴	(20)
栽梧引凤	(22)
以服务促销售	(23)
方便了顾客也就方便了销售	(24)
绝无仅有的服务	(26)
“出租”女秘书的理发店	(27)

独具魅力的精品级藏族婚宴	(28)
代客保管剩酒	(30)
银行招客各显神通	(31)
超级卫生间	(32)
广告促销篇	(35)
不花钱的广告	(37)
不露痕迹的广告	(38)
力帆的越南球星	(39)
赞助与行销	(40)
丰田杯足球赛	(41)
与顾客共享三百万	(42)
店小无名出奇招	(43)
摆脱困境的绝招	(44)
无人认领	(45)
轰动一时的金酒瓶	(46)
从天而降的手表	(47)
烘托术	(48)
喝酒比赛和找瓶比赛	(49)
恶虫吓人	(50)
新年聚会	(51)
三菱与“30”	(52)
给富士山“换金顶”	(53)
捉鸽事件	(54)
航母酒店	(55)

搬迁大游行	(57)
礼仪牛群	(58)
善于制造新闻的 IBM	(59)
手表不太准	(60)
以新闻做广告	(61)
廉价的促销	(62)
心态促销	(64)
释义到全球	(66)
“尿出的是啤酒”	(68)
“10 万美元寻找主人!”	(69)
利用罪犯照片促销	(70)
制造“抢”的场面	(71)
收买演员改台词	(72)
义务促销员	(73)
“心字少一点”	(74)
火柴盒上的广告促销	(75)
竞猜广告促销	(76)
聪明的老板	(77)
让他人为你做广告	(78)
如此保证	(80)
 信誉促销篇	 (81)
歧义广告	(83)
开架自选——餐厅里面摆超市	(84)
空运的 50 美元货物	(86)

倒药奥秘	(87)
肯德基的促销奇招	(88)
悬赏捉劣	(90)
又是“欲擒故纵”	(91)
信誉广告的促销魅力	(92)
透明厨房	(93)
买瓶酒过秤	(94)
55 美金的形象广告	(95)
请别买我的啤酒	(96)
负责换鞋	(98)
“免撞试验”	(99)
诚信赢得顾客	(101)

心理促销篇	(103)
“最差的酒楼”	(105)
叫卖的诀窍	(106)
有奖品酒	(107)
沉锚效应	(108)
一点点地往上加	(109)
用兵看守的马铃薯	(110)
引诱推销术	(111)
诱惑促销法	(113)
征婚推销	(115)
胖子出不来的门	(116)
挑选顾客也赢利	(118)

印花促销·····	(120)
乱中取胜法·····	(121)
角落里的阿拉伯摊位·····	(121)
富有生命的布娃娃·····	(124)
“无礼餐厅”客盈门·····	(126)
针对性强的“监狱酒吧”·····	(127)
“耳聩”促销·····	(128)
瑞典冰雪旅馆·····	(129)
奇货可居·····	(131)
减支不涨价·····	(132)
敌对商店的秘密·····	(133)
醉翁促销法·····	(135)
宇宙牌香烟·····	(136)
迎合好奇心·····	(137)
酒店的新奇促销·····	(139)
玻璃小屋里的美人·····	(140)
供不应求的珠宝·····	(142)
索尼的妙招·····	(143)
制造“激情”·····	(145)
总是“客满”的饭店·····	(147)
不准的表卖得好·····	(148)
假造需求·····	(149)
制造出的抢购·····	(151)
换“夫人”·····	(152)
逆反心理促销·····	(153)

否定的吸引力·····	(154)
实在促销·····	(155)
隔壁好小吃店·····	(156)
自贬促销法·····	(157)
揭短招财·····	(158)
缺点·····	(159)
褪色的运动衫·····	(160)
改名生意兴·····	(161)
一张鱼网引来吃鲜客·····	(162)
就餐音乐·····	(163)
娃娃的洋装·····	(164)
避直就曲·····	(166)
巧用乡情·····	(167)
情感促销·····	(168)
伤感促销·····	(169)
麦当劳的温情促销·····	(170)
温情对联·····	(171)
情感投资·····	(172)
大智若愚的“八百伴”·····	(173)
友爱促销法·····	(174)
法国白兰地攻入美国·····	(176)
友情追踪, 顾客盈门·····	(178)
饭店敬老促销·····	(179)
一枚金币一次有奖检测·····	(180)
鱼缸里卖手表·····	(181)

果然不破·····	(182)
丑女效应·····	(183)
又摔又踢全是为广告·····	(184)
证据促销·····	(185)
妙用“清脑油”·····	(186)
真实给人好感·····	(187)
辗压试验·····	(188)
“前后对比”·····	(189)
用雨衣做的鱼缸·····	(190)
“击破者有奖”·····	(191)
现场“充绒”·····	(193)
事实说话·····	(194)
诺贝尔的示范广告·····	(195)
事实胜于雄辩·····	(196)

赠品促销篇 ·····	(199)
“买油赠灯”与“买漆赠刷”·····	(201)
放长线钓大鱼·····	(203)
买珍珠膏送珍珠·····	(204)
洗发送香波·····	(205)
鸡毛换鸡肉·····	(206)
独特的小儿汤匙·····	(207)
桂格米果“送您一块土地”·····	(208)
巧设诱惑——弃物积累换实用·····	(210)
赠品促销，起死回生·····	(211)

免费试用·····	(213)
“满一周赠奖”·····	(214)
买帽子免费照相·····	(215)
免费洗发·····	(216)
名人促销篇 ·····	(219)
名人促销·····	(221)
“飞鸽”送总统·····	(222)
名人效应·····	(223)
最佳服装奖·····	(224)
以假乱真, 顾客如潮·····	(225)
迷人的王妃风采·····	(227)
名人化妆·····	(228)
希丁克带来的商机·····	(229)
借誉术·····	(230)
价格促销篇 ·····	(233)
高价意味着高品质·····	(235)
原价销售·····	(236)
自主定价餐厅·····	(237)
自动降价·····	(239)
传统减价·····	(240)
就一个定价·····	(242)
“菜价均一”·····	(243)
不二价·····	(244)

奇妙折扣促销·····	(246)
高价促销·····	(247)
退款促销法·····	(248)
分颜色打折·····	(250)
明亏暗赚，皆大欢喜·····	(251)

奇思促销篇 ·····	(253)
“与顾客们打赌”·····	(255)
博彩促销·····	(257)
一举数得的小卡片·····	(258)
会员俱乐部·····	(259)
幽默促销·····	(261)
名贵跑车也能出借·····	(262)
谜语罐头·····	(263)
工业旅游·····	(264)
限量销售法·····	(266)
自己动手·····	(268)
寻找“牵头牛”·····	(269)
欢迎涂鸦·····	(271)
矮人餐厅·····	(273)
“宇航”麦当劳·····	(274)
动物促销·····	(275)
联盟促销·····	(277)
厕所餐厅·····	(278)
“凑趣”商店·····	(279)

美女丑女齐做秀·····	(280)
“独一无二”商店·····	(281)
把瓶口开大·····	(283)
牙膏管扩口一毫米·····	(285)
奇特招牌·····	(287)
败而不败，臭名美传·····	(288)
明知故犯，臭名远扬·····	(290)
错误带来无限商机·····	(291)
瞒天过海·····	(293)
以此达彼·····	(295)
釜底抽薪·····	(296)
米换铁锅·····	(297)
制造需求法·····	(298)
无中生有·····	(299)
跨行业协作经营·····	(300)
联合促销·····	(302)

服务促销篇