

厚黑赚钱术

发财技巧 101 法



目 录

- 1、因地制宜权衡利弊的厚黑赚钱术
——店址选择法 (1)
- 2、大名鼎鼎威震四方的厚黑赚钱术
——名符其实法 (2)
- 3、设计好你的商店的厚黑赚钱术
——巧布商品法 (4)
- 4、乔装打扮粉饰商店的厚黑赚钱术
——美化容貌法 (6)
- 5、金玉其外光彩照人的厚黑赚钱术
——赏心悦目法 (8)
- 6、赤橙黄绿青蓝紫的厚黑赚钱术
——色彩巧用法 (9)
- 7、余音绕梁不绝于耳的厚黑赚钱术
——音乐效应法 (11)
- 8、清香袭人令人陶醉的厚黑赚钱术
——气味效应法 (13)
- 9、多奎罗斯接待贝里的厚黑赚钱术
——精心服务法 (14)
- 10、为新婚夫妻提供服务的厚黑赚钱术
——特色服务法 (17)
- 11、农村汉买花衬衫的厚黑赚钱术
——和气生财法 (18)
- 12、换水酒店生意兴隆的厚黑赚钱术
——坦诚待客法 (20)

- 13、侏儒餐馆独领风骚的厚黑赚钱术
——出奇制胜法 (22)
- 14、美国商人落入圈套的厚黑赚钱术
——知己知彼法 (24)
- 15、纸望远镜独占鳌头的厚黑赚钱术
——舍末逐本法 (26)
- 16、宇宙香烟畅销全国的厚黑赚钱术
——借力制胜法 (28)
- 17、浪漫情侣步入咖啡屋的厚黑赚钱术
——无中生有法 (30)
- 18、紧逼盯人各个击破的厚黑赚钱术
——心理促销法 (32)
- 19、先尝后买说话攻心的厚黑赚钱术
——消除顾虑法 (33)
- 20、敏捷收款快速点钞的厚黑赚钱术
——剑斩情丝法 (35)
- 21、豆浆小摊推销鸡蛋的厚黑赚钱术
——推定承诺法 (37)
- 22、将选择权委于顾客的厚黑赚钱术
——提二择一法 (39)
- 23、小姐推销电冰箱的厚黑赚钱术
——易难渐进法 (41)
- 24、巧妙推销煤气炉的厚黑赚钱术
——连续进攻法 (43)
- 25、王主任智取顾客的厚黑赚钱术
——正面击退法 (45)
- 26、中年男子买声控飞碟的厚黑赚钱术

- 感性销售法 (48)
- 27、男士不得入内商店的厚黑赚钱术
 - 瞄准女人法 (50)
- 28、潮州菜馆袭击上海的厚黑赚钱术
 - 瞄准嘴巴法 (52)
- 29、打电话送尿片公司的厚黑赚钱术
 - 信息生财法 (54)
- 30、老年人也能玩玩具的厚黑赚钱术
 - 升级换代法 (55)
- 31、小企业自我宣传的厚黑赚钱术
 - 经济广告法 (57)
- 32、摩天大楼捕捉鸽子的厚黑赚钱术
 - 轰动效应法 (59)
- 33、牛仔裤风靡全球的厚黑赚钱术
 - 投石问路法 (61)
- 34、阿汉兄妹经营餐厅的厚黑赚钱术
 - 利害相间法 (63)
- 35、东方模特步入五大道的厚黑赚钱术
 - 避实击虚法 (65)
- 36、寰海清妙对万家乐的厚黑赚钱术
 - 奇联招客法 (67)
- 37、烟台啤酒打入上海的厚黑赚钱术
 - 先入为主法 (68)
- 38、哑巴卖刀削铁如泥的厚黑赚钱术
 - 现场操作法 (70)
- 39、次品伞畅销欧美的厚黑赚钱术
 - 谋而后战法 (71)

- 40、万字酱油打入美国的厚黑赚钱术
——因地制宜法 (73)
- 41、卖香水随送自卫教材的厚黑赚钱术
——耸人听闻法 (75)
- 42、冬天冰淇淋畅销的厚黑赚钱术
——巧造需求法 (76)
- 43、婴儿酒店温馨倍至的厚黑赚钱术
——设身处地法 (79)
- 44、摔破酒瓶赢得金将的厚黑赚钱术
——当面比较法 (81)
- 45、玉村发明文具盒的厚黑赚钱术
——投其所好法 (82)
- 46、万宝路与西部牛仔的厚黑赚钱术
——生动形象法 (84)
- 47、七喜饮料味道清新的厚黑赚钱术
——以新取胜法 (86)
- 48、欧文斯兵败谈判桌的厚黑赚钱术
——迂回变通法 (88)
- 49、桥头钮扣行销全国的厚黑赚钱术
——人无我有法 (90)
- 50、香港电话登陆美国的厚黑赚钱术
——兵贵神速法 (92)
- 51、黑妹牙膏打开销路的厚黑赚钱术
——超前一步法 (93)
- 52、厕所除臭剂问世的厚黑赚钱术
——另辟蹊径法 (95)
- 53、橡皮擦绑在铅笔头的厚黑赚钱术

——组合添加法	(97)
54、九毫九商店成功的厚黑赚钱术	
——避重就轻法	(99)
55、网眼布胶鞋问世的厚黑赚钱术	
——不满激励法	(101)
56、福勒勇闯事务所的厚黑赚钱术	
——大胆冒险法	(103)
57、罐头食品公司的厚黑赚钱术	
——应变致富法	(105)
58、下谷酒杯畅销美国的厚黑赚钱术	
——九九进一法	(107)
59、格林伍德发明耳套的厚黑赚钱术	
——种豆得瓜法	(109)
60、帕尔曼推广土豆的厚黑赚钱术	
——诱食禁果法	(111)
61、樱叶饼行销日本的厚黑赚钱术	
——弹性推销法	(112)
62、药水变成可口可乐的厚黑赚钱术	
——擒获白驹法	(114)
63、玩具医院开业大吉的厚黑赚钱术	
——填补空白法	(115)
64、云南白药疗效神奇的厚黑赚钱术	
——秘而不宣法	(117)
65、戴恩特花店招牌的厚黑赚钱术	
——化繁为简法	(119)
66、傻子瓜子名扬四处的厚黑赚钱术	
——力创名牌法	(121)

- 67、法国香槟闻名于世的厚黑赚钱术
——以质取胜法…………… (123)
- 68、蔷薇变成铁丝网的厚黑赚钱术
——模仿创新法…………… (125)
- 69、约翰在卫生间进餐的厚黑赚钱术
——厕所生财法…………… (126)
- 70、旱则资舟水则资车的厚黑赚钱术
——高瞻远瞩法…………… (128)
- 71、避孕套畅销美利坚的厚黑赚钱术
——捷足先登法…………… (129)
- 72、商品由滞销变畅销的厚黑赚钱术
——削价销售法…………… (131)
- 73、福特轿车出奇制胜的厚黑赚钱术
——后发制人法…………… (132)
- 74、克莱斯特重振雄风的厚黑赚钱术
——打草惊蛇法…………… (134)
- 75、施祥鹏由穷至富的厚黑赚钱术
——人冷我热法…………… (136)
- 76、孙峰遍布连锁店的厚黑赚钱术
——以快制慢法…………… (138)
- 77、图 154 飞抵双流机场的厚黑赚钱术
——组装市场法…………… (141)
- 78、冠生园奶油太妃糖的厚黑赚钱术
——以廉取胜法…………… (144)
- 79、山内豆腐推向美国的厚黑赚钱术
——入境问俗法…………… (145)
- 80、夏露丽公司家庭化的厚黑赚钱术

- 反客为主法…………… (147)
- 81、李嘉诚智胜怡和行的厚黑赚钱术
- 金蝉脱壳法…………… (149)
- 82、指南针指向麦加城的厚黑钱术
- 通权达变法…………… (151)
- 83、蜜桃比甜桃更好卖的厚黑赚钱术
- 扬短抑长法…………… (153)
- 84、保业姆公司老板娘的厚黑赚钱术
- 弃车保帅法…………… (154)
- 85、椎名保久火柴制胜的厚黑赚钱术
- 暗渡陈仓法…………… (156)
- 86、安藤发明方便面的厚黑赚钱术
- 顺手牵羊法…………… (158)
- 87、女乞丐夜扑情侣圈的厚黑赚钱术
- 审时度势法…………… (160)
- 88、丰田汽车行销天下的厚黑赚钱术
- 以迂为直法…………… (162)
- 89、通乳丸青春再现的厚黑赚钱术
- 借尸还魂法…………… (164)
- 90、本田摩托行销日本的厚黑赚钱术
- 远交近攻法…………… (165)
- 91、全国山河一片红的厚黑赚钱术
- 高雅实惠法…………… (167)
- 92、个体户收购国库券的厚黑赚钱术
- 债券投资法…………… (169)
- 93、炒股而成百万元户的厚黑赚钱术
- 股票投资法…………… (171)

- 94、假银元换真彩电的厚黑赚钱术
——欲取先予法…………… (173)
- 95、阿根廷香蕉畅销的厚黑赚钱术
——以假乱真法…………… (175)
- 96、满意面饭店斩来客的厚黑赚钱术
——上屋抽梯法…………… (177)
- 97、复印机高价出租的厚黑赚钱术
——借刀杀人法…………… (179)
- 98、白山图片社起死回生的厚黑赚钱术
——趁火打劫法…………… (181)
- 99、上门免费维修彩电的厚黑赚钱术
——“助人为乐”法…………… (183)
- 100、萝卜干变成西洋参的厚黑赚钱术
——双簧诱惑法…………… (185)
- 101、活鹅拔毛函授学习的厚黑赚钱术
——广告垂钓法…………… (188)

1、因地制宜权衡利弊的厚黑赚钱术

——店址选择法

打仗讲究“天时地利人和”，商场如同战场，也需要“天时”——把握机会，“地利”——选个好地头，“人和”——上佳的经营管理。有人说，选择最好的开店地点，生意就差不多成功了一半，这话有一定道理。

如果一间本来很兴隆的零售店，因为店主嫌铺面太小而搬到非闹市区去，即使你的店面扩大了3倍，营业额也不一定比原来的小地方高。其原因不言而喻——地点偏僻，顾客稀少。如何选取最佳的营业地址开店更容易赚钱呢？一般地说，每个城市都有5种基本的地域类型：中心商业区、次级商业区、成排街头商店区、居民街坊区、郊区。选择营业开店的项目、经营的范围，就要根据地点来安排了。

中心商业区是城市的中心地带，是主要商业活动的集中点。这个区域的主导力量是百货商店、自选大商场等大型商号，商品的品种繁多，规格齐全，客流量大，且多是身带相当数额现款有心购物的顾客。如果这个地带有面积较小的铺面出租，即使贵一点，也应争取到手——只要你手头拥有足够的资金，然后你可用来专销高档服装、快餐食品等效益较高的生意。

次级商业区是指中心商业区的外围或边缘地带。这些地方租金和不动产价格比闹市区还低廉，交通不那么滞塞，行人不那么拥挤，因此带有娱乐性和优雅气氛的服务较受顾客青

睐，如娱乐场、咖啡厅、歌舞厅、健身房、家具店、书店等，对顾客都有很大吸引力。

成排街头商店区一般专卖同类型的商品，为同一阶层的顾客服务，如五金、日杂、修理、花鸟等。如果你想在“山货土产街”上开一间女子时装店，那就错了。倘若不信，你就试试，那你一定蚀得不明不白。

居民街坊区是中心商业区，街坊区吸引着步行，骑车的附近居民顾客，这里开店大多为顾客提供方便性货或个人服务。街坊区通常适宜开办全日营业的饭店、修理店、药店、水果、蔬菜店、食杂店、理发店、干洗店、烟酒店、日用百货店等。

对于有些企业来说，所处位置与成交额并没有太大关系，因为他们可以通过邮购、运送专车等向顾客提供商品或服务，比如邮购、制造业、加工业等。所以，如果要办一家小工厂、小车间，最好到租金低廉、安静开阔的郊区去。

商品（或服务）的质量重于商店的地址，商店地址重于商店规模。一旦你决定办厂或办店，必须对所选地点作全面的考察，了解这个地区人口数量和结构、经济发展状况、生活方式、消费水平、其它企业商店的状况，甚至学校、伦理特征、就业、交通、地形（上坡、下坡）等都要考虑，仔细权衡各地点的利弊，选择最优地点。这样，你才会赢得更多顾客，长久、稳定地发展你的经营活动。

2、大名鼎鼎威震四方的厚黑赚钱术

——名符其实法

俗话说：“不怕生错相，就怕起错名。”

给人第一印象的好坏，名字是个重要因素。有些人开店的资金、地址等都准备好了，就是为起店名而苦恼。有些绞尽脑汁苦思冥想，结果挂出的招牌却使顾客望而生畏、退避三舍。例如，一个小小的日杂店，却自称“环球贸易中心”，这岂不令人喷饭？

为商店起个名称，基本原则是名符其实，起个新颖、别致、通俗、让顾客产生好感的名字，有助于做生意，其重要性不亚于选择一个好地址。

怎样起一个富有吸引力的好名字呢？一般起店名有以下几个原则：

一、表明商店的性质和经营范围。如“女衬衣专营店”，女衬衣是经营项目，专营是性质；“钟表修理店”，钟表是经营范围，修理是性质。

二、表明服务对象。如“妇女儿童用品店”，“盲人用品店”，“大学生书屋”等等，表明服务的对象分别是妇女、儿童、盲人、大学生。当然，如果一位眉清目秀的女士到你的盲人用品店选购墨镜，你大可不必拒之门外，而应殷勤相待。

三、体现服务特色和风格。一个命名为“狼吞虎咽”的快餐店意味着非正统的快速就餐；而命名为“寻梦园”或“星夜密”的咖啡厅则意味着服务的高级和格调的优雅。当然，“狼吞虎咽”是不太适合淑女和绅士的，而对于饥肠辘辘又急于赶路的路人，你又热情地上前招呼，他一定慷慨解囊，毅然帮衬的。

四、表明店主身份的特征。如“甜妞美食店”，“广州仔”美容厅，甜妞定是城里有名气的美人儿；广州仔是广州出来的英

俊小生。如果你起个什么“邓丽君歌厅”、“周润发健身院”之类，人们一望而知你在哗众取宠，不由胃口大倒。

五、表明服务时间范围。比如“不夜天餐馆”、“当天取家电维修店”，则向顾客表明你的服务时间是 24 小时、12 小时。

六、暗示价格幅度。如“一角钱商店”，向顾客提示你的小店经营的都是价格在一角钱左右的小商品，如各类精美钮扣、文具、橡皮擦等；“九九时装店”，暗示你的时装价钱都在 100 元以下，“九九”还是“久久”的谐音，取好意头。

总之，商店命名，因人而异，不一而足，一个好店名，会产生奇妙的吸引力。而虚浮、轻佻、无聊、哗众取宠、甚至刺激顾客平安感的店名，只会吓跑顾客。

3、设计好你的商店的厚黑赚钱术

——巧布商品法

设计好你的商店，巧妙而合理陈列摆放你的商品，是招财进宝的一大诀窍。这种事半功倍的商业组织技巧，我们称之为巧布商品法。

如果顾客坚信能在贵店得到上乘的服务，贵店就能财源滚滚。而商店摆放货物的技巧则十分重要，因此必须了解顾客的购物心理。

87% 的顾客首先会看右侧的商品，所以你想尽快销出去的，就要放在右侧，而顾客非买不可的必需品则可放在左侧。必不可少的日用品可放在靠近出口处，这样，顾客为了买这些商品，就不得不穿过整个店堂。

具体的做法包括：

1、为了吸引顾客，商店的门面要有明显的广告色彩。

2、为了让逛商店的人变成买主，要做到服务到人或采用正确的商品展示法。据专家估计每 10 件商品中，有 7 件是顾客在逛店时临时产生欲望而购买的。

商店里还应设有方向标，让顾客一看便知道什么地方卖什么。

一般说，大的场所往往有一些过路的顾客，他们虽然不是主要买主，但是实际上有一半商品是由这些过路人买走的，所以有走道的地方必须陈列一些吸引人的商品，也可以在那里展示新产品，或者安排漂亮的小姐售货。还可以布置广告，赠送样品。灯光广告和吸引儿童的小制品也能起到很好的作用。

一般来说，柜台的最佳宽度为 80 厘米，柜深 30 至 40 厘米。商品陈列可分为几个高度：与视线相平，直视可见，伸手可及，齐膝。

现在来看一看改变商品摆放位置将如何影响商品的销路（用百分比表示）：

△从伸手可及的格换到齐膝的格：下降 15%；

△从齐膝的格换到伸手可及的格：上升 20%；

△从伸手可及的格换到直视可见的格：上升 16%；

△从齐膝的格换到直视可见的格：上升 30%至 50%；

△从直视可见的格换到齐膝的格：下降 30%至 60%；

△从直视可见的格换到伸手可及的格：下降 15%。

橱窗是商店的门面。有的橱窗有以下缺点：

橱窗太高，太窄，照明设备离商品太远，照明差，透过橱窗看不见商品；橱窗离地太近，不利于小商品的展示；橱窗上部没有放置装饰物的挂钩。

设计橱窗时应当避免这些缺点,而且尽量要使展示的商品离地的距离不小于 60 厘米(用模特展示外衣时除外,模特可以直接放在地上)。

门口的招牌一定要独特新颖,引人注目。店名要使顾客容易记住。公司的徽记典型的色彩应出现在各种广告中。

广告牌可以用照明灯,也可采用自我发光的材料制作。最简单的办法是用日光灯从后面把玻璃板照亮。也可用塑料等材料制成字母,里面装上照明灯,而最常用的则是霓虹灯。

附近有车站,这是十分必要的。在大城市里,商场自设停车场很难办到。所以广告中一定要指明,在不远处的某个地方可以停车。

还可以设其他一些服务项目,如在大厅里设留言板,挂钩,天气预报牌以及送货上门等等。

4、乔装打扮粉饰商店的厚黑赚钱术

——美化容貌法

开店做生意,店容店貌是仅次于货品的重要因素。店容包括商店的招牌、门面、货架、货柜的摆布,商品的陈列美化,营业员的仪表仪容、柜台纪律,清洁卫生等,所以门面往往是商店经营风格和经营特点的体现。

庄重、古朴的门面,显得古色古香,给人以商品丰富、言无二价、老少不欺的感觉;鲜明、华丽的门面,显得时代感强,会给人一种经营灵活、商品新颖、服务文明、主动热情的印象。不同类型的、各具特色的门面,往往会吸引着不同类型的顾客,

是商店进行宣传、招徕顾客的重要条件之一。

美国麦当劳快餐现在遍布全球，大有席卷世界之势，其成功的一个重要原因是：它旗下的各个分店永远保持最高的清洁标准。两间饭店并立，门面差不多，装修差不多，价格差不多，但一间清洁干净，一间四布污垢，如果你是顾客，你会迈脚走进哪一家？道理是显而易见的。

如果你的商店地段不佳，顾客光顾不多，你不妨采取如下措施：

一、装饰一下门面，用些鲜艳的色彩加以衬托。

二、配设彩灯，灯光要柔和温暖。

三、店内配备一套较好的立体声设备，放些音乐，声音不宜大，以柔和悦耳为度。

四、店面货品不宜摆得太拥挤，每类商品少摆几件，这样可以给顾客一种“这东西就这么几件了，如果不买，明天就可能没有了”的感觉，提高顾客购买欲。

五、每隔一段时间，改变一下店内物品的主体摆设样式（包括柜台和商品），给顾客一种“这个店好像是新的”的感觉。

六、经常引进两种吸引顾客的畅销产品，搞“每周一物”专柜，每周变换一次，每次都有新的商品推出，这样可以吸引顾客经常到你的店来。

有些商店、公司经营的是利润并不高的商品，但仍可生存、发展，其中有一条就是员工的制服整洁，工作环境清洁，气氛愉快、光线充足。显而易见，也没有人喜欢在浑浊混杂的环境中成交生意，也没有人喜欢同邋邋遢遢不修边幅的员工打交道。

“佛要金装，人要衣裳”，“三分人才，七分打扮”。这话在理！

5、金玉其外光彩照人的厚黑赚钱术

——赏心悅目法

商品的包装对商品的竞争有很大作用。包装设计的成功与否，与商品销售有密切关系，没有个性、没有风格的包装设计往往“连累”了商品的销售前景。

在出口生意中我们曾吃了这样的亏：一流的商品，三流的包装，结果销售价格要比同样的商品、一流包装的外国货低很多！

包装对于商品竞争的作用很大，其奥妙就在于“赏心悦目”。例如，美国的“自由牌苹果酱”标贴，瓶颈上加了“自由女神”全息摄影图案，色彩变化万千，立体强烈，构思别具匠心，颇为引人注目，且对同类产品仿冒增加了难度，可谓一举两得。

再如法国一种绿色香型的男用香水，香味酷似森林和木料，它的瓶子就被设计成细高如树的造型，又配上能让人联想到木材的木色细条纸盒包装，就更为绝妙了。

当然，“赏心悦目”不等于把图案弄得美丽就够了，还有许多商品的“赏心悦目”却在于它的包装具有传统性。

法国名酒“蓝绶带牌”，从1912年上市以来，从未改变过包装，但销量很多，那是因为近百年一贯不改其包装，已拥有了熟悉它的一批老顾客。他们喜爱它，也喜爱它的“形象”，如果改头换面，反而会显得“陌生”了。

所以，像一些“有口皆碑”的名牌产品，根本没必要改造其