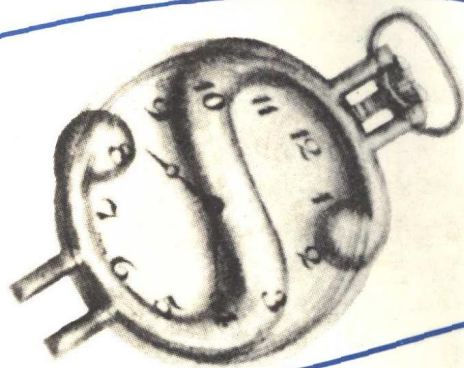


# 市場活動秘法

著・兼訓江



市場活動秘法

江訓兼・著



68·3·0358

·49046·

## 市場活動秘法

著者 江訓兼

發行人 王必成

出版者 聯經出版事業公司

臺北市忠孝東路四段五五五號  
電話：七六〇一六一六—二三四一  
郵撥：一〇〇五五九號

行政院新聞局登記證局版台業字〇一三〇號

保有版權·翻印必究

中華民國六十八年三月初版  
中華民國七十二年五月第三次印行

定價：新台幣一〇〇元

## 自序

這是一本關於市場活動的書，敘述的內容包括：商品政策（Merchandising）、銷售促進政策（Sales Promotion）及銷售路徑政策（Marketing Channel）。舉凡有助於市場活動而能達到增進營業額（Increasing-Sales）的原理及方法，均將羅列。

值得一提的是，這不是乙本傳統理論的書籍，而是根據著者三十年來的學習、研究及實地經驗，赤裸裸的寫出來，並且在臺灣新生報先後十一個月連載，而由各方讀者之檢討與指教，早已接受過「市場評價」的，寫就之日亦感自成系統。

由於著者才疏學淺，加之經驗匪薄，掛一漏萬，在所難免，然而倘能熟讀數次，對於市場活動或可獲得事半功倍之效，尤其市場活動，係經營事業之最重要的一環，若能領略此意，則事業之發展，當可

市場活動秘法

指日而期矣。

謹將此書奉獻給

恩師 林教授快青

恩師 故劉校長石來

中華民國六十五年二月一日 江訓兼 謹識於名山草庵

(二)

# 市場活動秘法

江訓兼撰 民國68年 臺北市 聯經出版事業  
公司印行

[12] 369面 21公分  
民國72年第三次印行

I. 江訓兼撰

496

8346

72

NT\$ 100.00

# 目錄

## 自序

### 第一章 營業策略概說

第一課 母鷄生蛋給我吃——營業策略概說(一)……………三

第二課 啞吧吃黃蓮——營業策略概說(二)……………六

第三課 工欲善其事、必先利其器——營業策略概說(三)……………九

### 第二章 銷售促進政策

第四課 孔夫子面前賣三字經——銷售促進政策(一)……………一五

第五課 女人一笑天下動——銷售促進政策(二)……………一八

第六課	六月六日斷腸時——銷售促進政策(三).....	三
第七課	因才施教思師恩——銷售促進政策(四).....	四
第八課	儂人儂福氣——銷售促進政策(五).....	六
第九課	知己知彼，百戰不殆.....	三
第十課	彈冠相慶——創造銷售法、服務銷售法.....	三
第十一課	廬山真面目——廣告(一).....	三
第十二課	妙哉斯語——廣告(二).....	四
第十三課	水漲船高——有效廣告之進行(三).....	四
第十四課	他山之石可以攻玉——廣告預算(四).....	五
第十五課	身上無衣被人欺——店舖與陳列概說(一).....	五
第十六課	對不起，爸媽！——店舖與陳列概說(二).....	六
第十七課	美滿可觀生魚片——店舖與陳列概說(三).....	六
第十八課	戲劇三味境——店舖構成新的想法.....	六
第十九課	淡裝濃眉磁鐵棒——店頭陳列新法.....	六



第二十課	平易近人——店內陳設新法……………	七
第二十一課	江母、江母、江母——消費者教育(一)……………	七
第二十二課	夢遊羅馬彩色磚——消費者教育(二)……………	七
第二十三課	後山無路花滿開——消費者教育(三)……………	八
第二十四課	一枝獨秀遠東惠普——消費者教育(四)……………	八
第二十五課	顧客的眼睛是雪亮的——銷售促進政策(八)……………	九
第二十六課	觸寶不知寶：剃眉毛——銷售促進政策(九)……………	九
<b>第三章 商品政策</b>		
第二十七課	想貪即戴鷄籠——商品政策概說……………	九
第二十八課	喜酒從那裏來？——商品政策(一)……………	一〇
第二十九課	Mouth to Mouth 是親嘴嗎？——營業調查(一)……………	一〇
第三十課	不見爲清淨嗎？——營業調查(二)……………	一〇
第三十一課	工欲善其事，必先利其器——銷售分析方法……………	一〇
第三十二課	紙上談兵好呢？盲動好呢？——商品政策(二)……………	一〇

第三十三課	事實雄辯——商品政策(三).....	一七
第三十四課	倉庫角落老鼠肥——商品政策(四).....	二〇
第三十五課	吞雲吐霧大煙鬼——商品預算制度(一).....	二三
第三十六課	凡事豫則立——商品預算制度(二).....	二六
第三十七課	皇天不負苦心人——商品預算制度(三).....	二九
第三十八課	一隻大象與一隻老鼠同樣是一隻嗎？ ——銷售額預算法.....	三三
第三十九課	虎兒你在那裏？——商品預算制度(四).....	三五
第四十課	過江招親，樂不思蜀！ ——存貨預算與進貨預算(一).....	四〇
第四十一課	集體作媒另一章——存貨預算與進貨預算(二).....	四二
第四十二課	汽油是加在油單上呢？還是加在汽車裏？ ——單位把握制度與其運用.....	四六
第四十三課	忙裏有作是人生——數字資料獲取的方法.....	五一

- 第四十四課 柳暗花明又一村——單位把握制度之實施方法……一五四
- 第四十五課 壯哉！錦繡河山；偉哉！蔣院長  
——商品預算制度與單位把握制度之連結(一)……一五九
- 第四十六課 滄海一粟一學徒  
——商品預算制度與單位把握制度之連結(二)……一六三
- 第四十七課 桃李不言，下自成蹊——商品盤存與評價方法……一六六
- 第四十八課 快刀斬亂麻是體系嗎？——現貨盤存與帳簿盤存……一七〇
- 第四十九課 尚祈見諒——帳簿盤存方法……一七四
- 第五十課 大惑不解——帳簿盤存法·原價盤存法……一七七
- 第五十一課 技術輸出乎？知識出口耶？  
——商品迴轉與儲貨的策略……一八〇
- 第五十二課 亡羊補牢猶未為晚矣！——迅速迴轉實現的方法……一八三
- 第五十三課 景德製藥上船了——商品投資資本迴轉率……一八六
- 第五十四課 應有盡有豪華店——豐富的備儲貨實現方法……一九一

- 第五十五課 錦德塑膠歐美寵兒，巾幗英雄是企業家  
——迅速迴轉與豐富備貨的調和(一)……………一九五
- 第五十六課 了不起的人，了不起的成果  
——迅速迴轉與豐富備貨的調和(二)……………一九六
- 第五十七課 不簡單！張董事長——何謂常備商品……………二〇一
- 第五十八課 會心的微笑是何時露出的呢？  
——常備商品合理庫存之維持方法……………二〇五
- 第五十九課 大街小巷比比皆是  
——常備商品合理之維持與運用……………二〇八
- 第六十課 播田的鄉下阿伯！——品質線與價格線……………二一一
- 第六十一課 希爾頓咖啡，我愛上你啦！  
——品質線、價格線別、備貨計劃……………二一五
- 第六十二課 令人垂涎三尺海鮮粥——品質帶、價格帶……………二二〇
- 第四章 迅速迴轉與競爭

第六十三課	月餅那麼值錢嗎？——超廉售與迅速廻轉……………	二二七
第六十四課	書到用時方恨少——超廉售與迅速廻轉之危險……………	二二〇
第六十五課	一年容易又是秋——銷售額與經費的關係……………	二二三
第六十六課	湖光山色本宜人——適利多銷……………	二二七
第六十七課	腹中補食亦稱班乎 ——價格主義與實例主義之營業策略……………	二二〇
第六十八課	私風初展還會捏冷汗嗎？ ——銷售額與諸經費的關係……………	二二三
第六十九課	垂涎三尺海產粥 ——自價格主義而實行主義的營業策略……………	二二六
第七十課	母鴨裝金嘴巴也是扁的 ——亂售對於顧客是否有利……………	二二九
第七十一課	萬盈飼料三級跳——亂售尅星……………	二二五
第七十二課	魚與熊掌不可兼得嗎？——吸引顧客把握利益(一)……………	二二五

第七十三課 大眾情人陳經理——吸引顧客把握利益(一)……………二六〇

第七十四課 美容院真能創造美人嗎？——避免價格競爭主義……………二六二

第七十五課 工業功臣：三志無段變速裝置  
——應採非價格競爭主義……………二六七

第七十六課 非勝不可青梅竹馬——能耐競爭的經營態度……………二七一

第七十七課 螺絲疼尾巴——商品廻轉經營資本週轉……………二七五

第五章 銷售徑路政策

第七十八課 美國碩士亦能搬家嗎？——銷售徑路策略……………二八一

第七十九課 十四頑童亦能懂解剖學嗎？——銷售徑路種類(一)……………二八四

第八十課 北市平空添了一條街：西門街  
——銷售徑路種類(二)……………二八八

第八十一課 室雅更須大嗎？——銷售徑路種類(三)……………二九二

第八十二課 黑彩、黑彩！你往那裡走？  
——開放的銷售經營特點……………二九五

第八十三課	「沒人知」制度也是徑路策略	二九
	——開放的銷售徑路之缺點……………	二九
第八十四課	彎曲柳眉顯苦容——開放的徑路政策之調整……………	三〇三
第八十五課	圓山大飯店確是個好去處——選擇的徑路政策……………	三〇七
第八十六課	萬家燈火想念漁港小姐——零售店選定方法……………	三一
第八十七課	各有千秋加油站——專售乎？併售乎？……………	三六
第八十八課	百聞不如一見維也納市——銷售系列化(一)……………	三〇
第八十九課	阿呆！阿呆！今在何？——銷售系列化(二)……………	三四
第九十課	螢火蓬帳溪邊風——零售店複數化之趨勢……………	三六
第九十一課	理髮師們也能協助別人發展事業嗎？	
	——「沒人知」制度的梗概……………	三三
第九十二課	慈母孝子大昌塑膠——「沒人知」制度再探求……………	三六
第九十三課	貪吃無補一頑童——消費者系列化(一)……………	三四〇
第九十四課	「義美」已從月球歸來	

——常客與顧客的系列化.....	三四四
第九十五課 碧潭樂園復活了！我想賞月去	
——消費者系列化(二).....	三四八
第九十六課 烏龜巧計過關：慶生誕——消費者系列化(三).....	三五三
第九十七課 賣菜伯與豪華店——消費者系列化(四).....	三五六
第九十八課 祖師廟口也有排骨大王嗎？——消費者系列化(五).....	三六〇
第九十九課 偉大的蔣院長是大政治家亦是大企業家	
——營業策略結論(一).....	三六四
第一百課 癡癡的「洋洋」可能實現嗎？	
——營業策略結論(二).....	三六七



第一章 營業策略概說