

经典的营销策划 帮你缔造一个王国

有效的营销技巧 让你留住所有顾客 展现胜人一筹的营销战略

以真正的智慧开拓企业营销新疆土

留住顾客的 500个方法

武 杰 / 编

中国工人出版社



500 Ways
to

Keep Customers
Coming Back

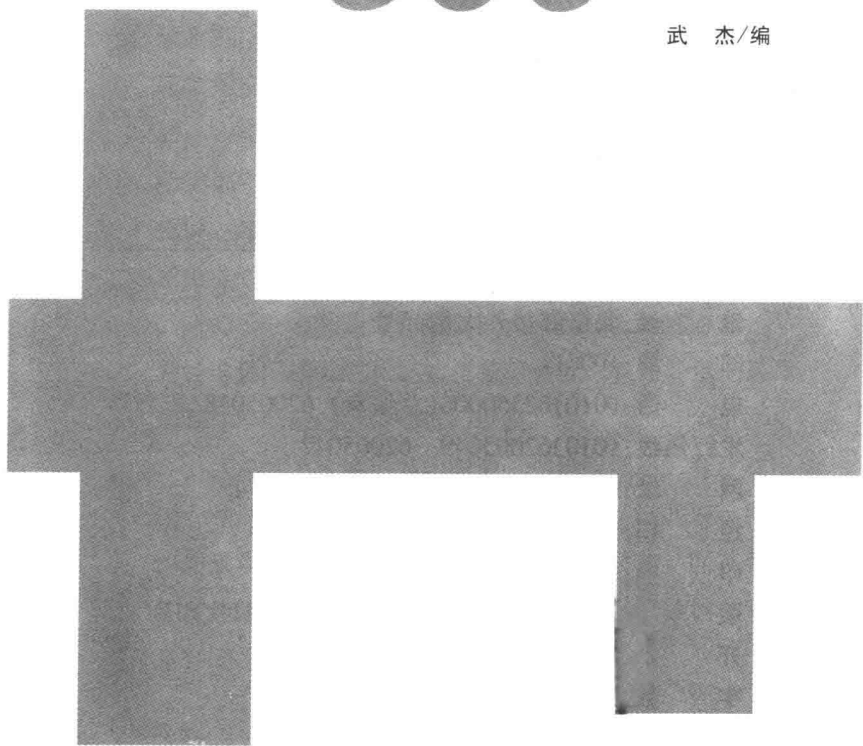
500 Ways to Keep Customers Coming Back

经典的营销策划 帮你缔造一个王国

91676

留住顾客的 500个方法

武 杰/编



中国工人出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

留住顾客的500个方法/武杰编.—北京: 中国工人出版社, 2003.3

ISBN 7-5008-3018-1

I.留... II.武... III.企业管理—市场营销学
IV.F274

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第019957号

出版发行:中国工人出版社

地 址:北京鼓楼外大街45号

邮 编:100011

电 话:(010)62350006(总编室) 62005038(传真)

发行热线:(010)62005049 62005042

网 址:<http://www.wp-china.com>

经 销:新华书店

印 刷:沈阳新华印刷厂

版 次:2003年4月第1版 2003年4月第1次印刷

开 本:880毫米×1230毫米 1/32

字 数:18千字

印 张:11

定 价:22.80元

版权所有 侵权必究

印装错误可随时退换

前言

现代企业竞争，争的是什么呢？其实就是顾客。只要有了顾客，就有了利润，有了利润，公司管理经营的所有努力就有了回报，这样的企业才能称之为成功的企业。

那么，怎样才能留住顾客呢？任何企业都在致力于寻找这把开启成功大门的金钥匙，找到了，芝麻开门，财源滚滚而来；不得其法者，经营的道路上荆棘遍布而又不得其门而入。如果你也正为此而到处找点子、遍访专家高见、寻觅这方面的一流企业，那么，你找到了。在这本书中，你将看到500个如何与既有顾客建立良好关系的答案。这些点子、技巧、行动，都是经过实践证明的、真实的实战成果。

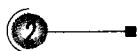
这些方法来自全球各种规模的企业，涵盖所有你能想见的产业。我们在借鉴或寻找适合自己的策略时，完全没有必要只锁定与自己完全相当的公司作为参考。事实上，最好的点子可能来自截然不同的企业形态，其中必然有些巧思，等着你去发掘、应用。而你的公司经过这些新的小变化，将更切合顾客的需要。当然，传统呆板的案例已经不能兼容于我们这个时代了，本书中的每个案例都将让你兴趣盎然、回味无穷，及至受益匪浅。

许多人是先生产出商品，然后为随之而来的销售而发愁。有远见的公司恰恰相反：一旦他们了解到某样东西能够赚钱，最先考虑的不是怎

样生产，而是怎样销售。

也许你正为现有商品的销售而伤脑筋，也许你因为想出了更好的创意开发新产品而自得，那么，如果你记住了这个道理，你将无往不胜。

而且，本书可以为你节约宝贵的时间，简洁幽默的案例，让你在几分钟之内就能掌握一种经过实践证明的、完全行得通的整体策划行为，再加上你的经验与智慧，轻轻松松地将成功王国的金钥匙拿在自己手中。



目录CONTENTS

钓鱼要有饵

- 钓鱼要有饵 /3
- 沃尔玛幽默销售之一 /3
- 沃尔玛幽默销售之二 /4
- 男人买酒，女人买衣服 /4
- 惠普打印机 /6
- 名人效应的反面 /6
- 一支万宝路的奥妙 /7
- 五十铃汽车的幽默荒诞广告 /7
- 吃亏是得利之母 /8
- 不强拉马喝水，要让马口渴 /9
- 长岭冰箱的“专家证言” /9
- 给顾客300万 /10
- “大福袋”的诱惑 /11
- 顾客“上瘾”其实很容易 /11
- 欲取之，势必攻其弱 /12
- 加之毫厘，增之千万 /12
- 微软—先用后卖 /13
- 麦当劳—让顾客爱上你 /13
- 从暴怒到平静只需3秒—安抚顾客的绝招 /14
- 好来西道歉广告效果好 /15
- 让顾客喜爱的“失误” /15
- 比国家元首上镜次数还多的“广告员”—Coco /16
- 男球星穿女丝袜 /16
- 加西亚酒吧的户外广告 /17
- 美丑强烈大对比 /18
- 你能拿就随便拿 /19
- 米克罗啤酒的广告 /20
- 饭店当菜园 /20
- “允许仿造”的柯达相机 /21
- 劣势有时也能变成优势 /22
- 迪斯尼—下次不用排队 /22
- 辉瑞制药真诚赢得回报 /23
- 海鲜餐馆的奇妙创意 /24
- 新闻就是免费的午餐 /24
- 妈妈的手 /26
- 百万美元赌身运 /27



禁止吸烟，就连××牌也不

例外 /28

让顾客当“托儿” /28

打折的真谛 /29

借力打力 /29

起死回生的附属品 /30

制造“真像” /30

“不满足”的顾客才不会离开 /31

浪漫的附产品 /32

诱导也是顾客的便利 /32

可口可乐出奇招，夺人心 /33

商家促销新招面面观 /33

把顾客当“情人” /34

未知的惊喜具有神秘的吸引力

——索尼 /34

用温情散播你的品牌 /35

松下幸之助的抱怨专线 /36

“百事”对“可口”的一大

胜局 /37

行遍天下服务中心 /38

众人皆醉我独醒 /39

麦当劳与公交月票的联姻 /40

有鱼的地方才能钓鱼 /42

让顾客等待，而不是等待

顾客 /43

“失误”的商机 /44

老王卖瓜，并不一定要自夸 /45

老王第二次卖瓜 /46

一小块地毯的魅力 /47

幽默是宣传的放大镜 /48

开门与关门 /48

动物的吸引力 /49

把顾客从家里带走 /49

1+1>2 /50

好奇是顾客永远的痛 /51

顾客钟爱的游戏 /51

永久性顾客 /52

反客为主 /53

鱼与熊掌 /53

以情待客 /53

历史故事的情愫 /54

留住他的心，不怕他不来 /54

分摊价格的秘密 /55

一品多牌—SMH /56

同室操戈 /57

幽默开路 /58

让你的顾客开怀 /58

一反常态 /59

咖喱粉“耍”了“汽车” /59

虚张声势 /60

销售是顾客注意力的
必然产物 /61

番茄酱瓶口的秘密 /61

顾客的欲望很简单 /62

让顾客去“猎奇” /63

诚信—不只是吸引 /64

让顾客连续消费28天的秘密 /64

利用历史也是一种手段 /66

入乡要随俗 /66

软软的童音是触碰人心的最佳
武器 /67

可爱的产品，可爱的情节 /67

激起父母的爱，打开他们的
钱包 /68

赋予你的产品以灵魂—青岛
啤酒 /68

抓住机遇，做“0”费用广告 /69

包装的奥妙—不只是外表的
吸引 /70

色彩是消费者的第一接触 /71

不为价格高只为产品新 /72

价格渗透，先抑后扬 /72

贵物就得高价卖 /72

鞋子里的摇钱树

鞋子里的摇钱树 /77

顾客的兴趣—你的进门证 /77

大于21 /78

日记实录 /79

趁热打铁 /79

“突然袭击”也是一种手段 /80

赠送是一种“双赢” /81

游戏+奖品=顾客永远的爱 /82

家丑外扬 /82

因势反弹 /84

借势蓄力，伺机而动 /85

眼见为实 /86

直观促销 /86

简洁的甜言蜜语 /87

游客变顾客 /87

带他们去看球赛 /88

天上不掉馅饼 /89



- 一年成功365天 /90
- 不推销也是一种推销手段 /90
- 青丝秀发，缘系百年 /91
- 多分几个等级 /92
- 无须兑现的动人承诺 /92
- 意想不到的成功 /93
- 将他一军 /94
- 一杯咖啡5000元 /94
- “三洋”公司的推销之道 /95
- 妙喻得人心 /96
- 差之毫厘，失之千里 /96
- 留住顾客的心 /96
- 避直就曲 /97
- 卖的是柔情 /98
- 揭短招财 /98
- 世上没有废物 /98
- 乱中取胜法 /99
- 无中生有法 /100
- 装腔作“秀” /100
- 玻璃小屋里的美人 /101
- 滞销品变成抢手货 /102
- 把木梳卖给和尚 /103
- 鸽子招来的广告 /104
- 经典招徕技巧 /104
- 鼻子与瓷器 /105
- 老外的“生意经” /105
- 不能为一个而失去一群 /106
- 明天再来 /106
- 同“市”操戈求双赢 /107
- “抛砖引玉”客爆满 /108
- 动物园里开饭店 /108
- 种小树，钓大鱼 /109
- 你的门好开吗？ /109
- 抱怨声中找市场 /110
- 超前思维，抓住未来 /110
- 流动的快乐 /111
- 女人的天堂 /111
- 顾客最少的盈利餐馆 /112
- 吃饭的回扣 /113
- 奇货可居 /113
- 迷宫的附加值 /114
- 煤气炉与地图的友谊 /114
- 殊途同归的价格战 /115
- 放弃也能收获 /116
- 终其一生交往 /117
- 转化问题 /117

- 顺势补偿 /118
- 有“生命”的洋娃娃 /118
- 当顾客说：“我不需要
这个！” /119
- 注入情感，收入财富 /119
- 升级降价是顾客永远的爱
—联想 /120
- 赠送—不只是付出 /120
- 成功的促销—奇迹的开端 /121
- “出奇”有方 /122
- 奇特的销售手段 /123
- “美而奇”的手段 /123
- 只吃甜点即可 /124
- 上门推销的幽默 /125
- 交通堵塞 /126
- 好心积累再创佳绩 /126
- 车轮飞转，侃侃而谈 /127
- 庆祝提升 /128
- 限龄入店 /128
- 入境问俗 /129
- 幽默经营 /129
- 招牌幽默 /130
- 绝妙的营销广告 /130
- 情感营销 /131
- 紧俏推销术 /131
- 积德行善的“公益广告” /132
- 巧用地理优势 /133
- “快乐”消费 /133
- 让顾客惊喜 /134
- 婴儿酒家 /134
- 温柔的文化推销 /135
- 我买炮仗你来放 /135
- 活动广告 /136
- 剩了就送，不然也得扔 /136
- 用直升飞机送售后服务 /137
- 价格解析魅力大 /137
- 残次品的第二次生命 /138
- 清洁永远是就餐者的首选 /139
- 巧立信誉 /139
- 堡垒从这里攻破**
- 堡垒从这里攻破 /143
- 假如怀孕的是您 /143
- 金鱼缸里卖手表 /144
- 飞速—福特汽车 /144
- 征集广告的心计 /145

- 娱乐与餐饮是天作之合 /145
- 出卖无服务 /146
- 只租不卖 /146
- 店员的打扮不能比顾客漂亮 /147
- 抓住关键“单打一” /147
- 流动的美丽 /148
- 因时而易 /149
- “重利”更“重誉” /149
- “99”作尾数 /149
- 广告大师罗素·瑞夫斯的USP
经典理论 /150
- 太阳最红，长虹更新 /151
- 广告民族文化情节 /151
- 怀旧故事情愫 /152
- 明星踊跃为力士做广告 /153
- 利用时代商机 /154
- 褒贬都是轰动 /155
- 超钢化玻璃的球棒效应 /155
- 征服就要有力 /156
- 布什总统推销美国风光 /157
- 放长线钓鱼 /157
- 同仁堂的公益行销 /158
- 大胆尝试成功 /159
- 新飞冰箱广告 /160
- 爱美之心人人有 /161
- 广告一先引起观众的观注 /161
- 广告也荒诞 /162
- 复活的艺术 /162
- 给观众一个可信的打击 /163
- 拨动亲情的心弦 /163
- 幽你一默 /164
- 不用明星用老太太 /165
- 以诱待来 /166
- 迂回促销 /166
- 因利制权 /167
- 借会生财 /168
- 千家万户把门开 /168
- 善给顾客下台阶 /169
- 盯住女人的钱袋 /170
- 出奇匿伏 /171
- 荷“枪”实“弹”迎顾客 /172
- 投桃报李 /172
- “金利来”原来不叫“金利来” /173
- 连带促销 /174
- 动中求静 /175

- 让顾客先笑 /175
- 附加的诱惑 /176
- 抓住繁忙的顾客 /176
- 不把顾客当上帝 /177
- 不只是住店 /177
- 奥妙尽在座椅中 /178
- 廉价效应 /178
- 给顾客下个蛊 /179
- 其实顾客不怕累 /179
- 恐怖也是一种诱惑 /179
- 便宜就是动力 /180
- 挑选顾客的商店 /180
- 每天一款特价海鲜 /181
- 绝不做两个完全一样的饰物 /181
- 巧用明星引食客 /182
- “最糟”也是极品 /182
- 按体重购物 /183
- “H”帽子的启示 /183
- “希特勒”促销火柴 /184
- 希尔兹销售术 /184
- 厂家给顾客回扣 /185
- 反客为主 /185
- 称糖的奥妙 /186
- 食品店的电动大象 /186
- 化整为零 /187
- 不防略施小技 /187
- 数字与广告 /188
- 广告经营有方 /188
- 皮箱厂的广告 /188
- 经营与宣传 /189
- 新浪潮 /189
- 惊险广告 /190
- 巧妙回避 /190
- 免费出借名跑车 /191
- 改变推销观念 /191
- 广告公司搬迁与广告 /192
- 天外来客 /193
- 惊险瞬间 /193
- 技高一筹 /194
- 给产品一个经历 /194
- “借”术 /195
- 凯旋的“雪铁龙” /195
- 吸引了顾客的目光就打开了
- 顾客的钱袋 /196
- 女人年龄永远是弱点 /196
- 奇思异想 /197

贵重物品需要保险 /197

让产品自己“说话” /198

糖果纸上的脸谱 /198

质量好，就要让顾客知道 /199

自夸也要夸出水平来 /199

无偿试穿八周 /200

连环计对连环套

连环计对连环套 /203

把顾客介绍给竞争对手 /204

商店免费送雨伞 /204

美容店洗发送香波 /205

洗车店巧挂对比牌 /206

生意兴隆的出租丑女代办所 /206

还是第二 /207

护身符广告单显威力 /207

没有“第三者”知道的广告 /208

“最差产品” /208

欢迎小偷光顾的锁厂 /209

麦当劳用“瞬间催眠术”

赚钱 /209

为顾客设“陪购”的

美国公司 /210

一举两得的火车大学 /210

飞机咖啡馆 /210

上菜讲故事的“仿膳饭庄” /211

荷兰餐馆为食客做档案 /211

让人旅游“不花钱”的

旅游地 /212

免费试吃、试用 /212

世界之最 /212

免费提供房间的算盘 /213

先吊胃口再获利 /213

招徕名人的“店规” /214

“寻人启事”是广告诡计 /215

毛姆的新书广告是一则

征婚启事 /215

“越后屋”的顾客为其免费

做广告 /215

反对报告 /216

限时特价 /216

老插餐厅 /217

梦幻邮箱公司 /217

向顾客赠书的餐厅 /218

温馨的离婚餐厅 /218

按体重收费的旅馆 /219

- 不同一般的后门商店 /219
- 庄园旅馆 /220
- 茅舍旅馆 /220
- 倒立餐厅 /220
- 聋人餐厅 /221
- 美国的朱丽海底旅舍 /221
- 垂钓餐厅 /222
- 鲜花大餐 /222
- 爱情酒店 /222
- 按图索骥商店 /223
- “夜间应急电话”使“霞飞”
名传上海 /224
- 台湾厂商推销服装的“糖衣
炮弹” /224
- 有惊无险的事故是宣传的
好话题 /225
- 做鞋不卖的珠宝店老板 /226
- 小题大做 /226
- 借人类登月 /227
- “海虹”借“亚洲一号”
扬名 /227
- 巨型皮鞋引顾客 /228
- “死刑产品”重获新生 /228
- 无声胜有声 /230
- 时装店不聘小姐聘大姐 /230
- 现身说法震撼消费者 /231
- 激将手段 /232
- 巴尔扎克做广告 /232
- 让顾客找缺点 /233
- 菜名深得人心，顾客
络绎不绝 /233
- 台湾胜风空调公司的
声音对比 /233
- 对付这样的顾客 /234
- 甩卖有招 /235
- 对症下药 /235
- 扮作路人的推销员 /236
- 假借倒闭促销的百货店 /236
- 比老板赚得多 /237
- 孩子——打开母亲钱包的钥匙 /238
- 一损增百益 /238
- 每晚1997元 /239
- 草船借箭 /239
- 厕所里吃饭做广告 /240
- 一切为了顾客 /240
- 楼草打兔 /241



- 以总统绰号为招牌 /241
- 人兽换位 /242
- 灰尘比黄金还贵 /242
- 世界第一机密的保密手段 /243
- “酒桶饭店”引来无数客 /244
- 水果上长出吉祥语 /244
- 组合式香烟盒 /245
- 抓住市场“牵头牛” /245
- 优质药售劣质价 /246
- 自己的钱随便拿 /247
- 出售买主的设想 /249
- 犹太人的78:22经营法则 /250
- 满足顾客偏好 /250
- 令人开心的地方 /251
- 投其所好 /252
- 火腿店里的小猪 /253
- 妙语促销 /254
- 老鼠推销员 /255
- 创造畅销 /256
- 利用顾客的逆反心理 /257
- “请教”也是一种手段 /258
- 攻心为上 /259
- 宣传其实就是煽动 /260
- 一孔之差 /260
- 不满意就可索赔 /261
- 一瓶58000美元的阿司匹林 /261
- 加不加和加几个 /262
- 一个都不能少**
- 一个都不能少 /267
- 夸张的艺术 /267
- 报纸里传出柑橘美味 /267
- 动物代替宣传小姐 /268
- 最后揭开谜底 /268
- 妙语如珠 /269
- 一石激起千层浪 /270
- 化顾客的愤怒为喜悦 /270
- 假果树上挂真果 /271
- 耳聋女郎接待投诉顾客 /272
- 奇幻酒店的奇幻特色 /273
- 美国的一家肮脏牛排店 /274
- 已长发的部分，请勿再涂
此药 /275
- “凤尾”也“玲珑” /275
- 令人一掷千金的作家酒店 /276
- “买不到”的商店 /277



- 明竞争，暗合作 /277
- 躺在床上看电影的
 爱侣电影院 /278
- 销售人寿保险有新招 /278
- 痔疮广告的幽默 /279
- 意味深长的一句话广告 /279
- 特醇轩尼诗酒广告 /280
- 利用人们恐怖、厌烦心理
 做广告 /281
- “老头”变“文化”，换汤
 不换药 /281
- 商品巧取名，商人发大财 /282
- 订货完毕 /282
- 日本的“印花”促销术 /283
- “意见领袖”招徕顾客 /283
- 周末赠券 /284
- 宠物招客 /285
- 月月降价 /285
- S.S法国号学赚钱的旅行 /286
- 夜间搬家 /287
- 美国的“静一下”餐厅 /287
- 看人下菜碟的餐馆 /288
- 吸引食客的“最糟菜”餐馆 /288
- 别出心裁的监狱酒店 /289
- 用赞美词和赠送礼品征服
 消费者 /289
- 筷子刻字赚大钱 /290
- 丰田公司的自残策略 /291
- 一分钱引来550元 /292
- 一律一便士 /293
- 鬼屋饮食店 /293
- 丑小鸭变成白天鹅 /294
- “假痴不癫”赚大钱 /295
- 抛出小玩意，引来大财富 /295
- 面包店“试吃”增业绩 /296
- 五分钱就搞定 /297
- 疯狂的“海盗酒店” /297
- 总统“卖书” /298
- 打草惊蛇 /299
- 拆整卖零获高利 /300
- 设身处地为“上帝”着想 /301
- 邮票做广告 /301
- 如此“买一送二” /301
- 香蒂酒重男轻女 /302
- “小鸭”免费使用收效大 /303
- “绿林好汉”餐馆欢迎各路

- 豪杰 /304
- “鬼点子”诱发顾客的好奇心理 /304
- 私拿一本，罚款百元 /305
- 阿根廷香蕉 /305
- 不是“春光”胜“春光” /306
- 制造新闻的新闻发布会 /307
- 退款售物 /308
- 募兵广告浪漫曲 /309
- 逐步降价的奥秘 /310
- 先予后取 /310
- 把温馨卖给顾客 /311
- 用缺点烘托优点 /312
- 斯塔克的派生术 /312
- 声东击西 /313
- 先彼后此 /313
- 麦当劳不被外人所知的秘密 /314
- 此时无声胜有声 /315
- 广告其实很容易 /315
- 大碗与小碗 /316
- 对付女人的一句话 /317
- 称重的奥妙 /317
- 小小纸条，包住众人 /317
- 想在别人前面只需一点点 /318
- 开店选址的学问 /318
- 让通缉犯作推销员 /320
- 减肥创意 /321
- “歪打”的目的是“正着” /322
- 甜蜜的泪珠 /323
- 有心和无意只差一点点 /324
- 世界上最伟大的推销员 /325
- 给你换个新女人 /326
- 商场“钓客术” /327
- 重视顾客闲话 /328
- 向太太们买构想 /328
- 假痴真智 /329
- 敬请来偷 /330
- 航空公司让顾客享尽“飞行乐趣” /330
- 投标员为扬名 /331
- 奖励背广告词招来义务宣传员 /332
- 将好往坏里说的广告 /333
- 有趣的睡衣漫画广告 /334
- 加深印象的火柴广告 /334
- 炮制的事件 /335