



当代企业学习成长系列课程

营销十讲

檀明山 / 著



MARKETING TEN SPEAK

海风出版社
HAIFENG PUBLISHING HOUSE

● 当代企业学习成长系列课程

营销十讲

檀明山 / 著



MARKETING TEN SPEAK

海风出版社
HAIFENG PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

营销十讲/檀明山著. —福州:海风出版社,2005.8

ISBN 7-80597-541-8

I. 营… II. 檀… III. 企业管理—市场营销学
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 095762 号

书 名:营销十讲

作 者:檀明山

出版发行:海风出版社

(福州市鼓东路 187 号 邮编:350001)

出 版 人:焦红辉

印 刷:福州兴教印刷有限公司

开 本:787×960 1/16 16 印张

字 数:200 千字

印 数:1-10000

2005 年 9 月第一版

2005 年 9 月第一次印刷

ISBN 7-80597-541-8

F·22 定价:28.00 元

前 言

对于一个企业来说，成功的营销策略是它能出类拔萃、立足市场、做大做强的最关键的工作之一。

进入 21 世纪的市场经济，竞争激烈，瞬息万变，给企业的市场营销带来新的挑战。重新审视市场营销的全过程，更新由传统营销向新的市场营销转变的理念，提升企业整体营销素质，已成为当今企业学习成长必修的课程。

《营销十讲》一书全面系统阐述了企业如何展示营销魅力、占领营销市场、开拓营销渠道、实现营销目标、承担营销风险、注重营销过程、参与营销竞争、有效营销策略、策划营销广告以及如何构建营销联盟等诸多方面的科学

原理、成功案例，为每一位企业管理者和员工提供思路，指点迷津。

开阔你的视野，更新你的理念，拓展你的市场，伴随你走上成功的营销之路，这正是我们诚挚的希望。

A stylized, handwritten signature in black ink, appearing to read 'Li Dong'.

2005 年 8 月 28 日

目 录

前 言	1
-----------	---

第一讲 展示营销魅力	1
------------------	---

1.吸引顾客要靠口才	3
2.信守你说的每句话	4
3.重视客户喊出名字	6
4.真诚坦率赞美顾客	7
5.要向顾客提供保证	9
6.质量由顾客说了算	10
7.打电话向顾客致谢	12
8.即使不买也要感谢	14
9.绝不要对顾客说“不”	15
10.处理顾客反对意见	17

11.处理顾客抱怨的话	18
12.甜美微笑引起好感	20
13.多说“谢谢”保持礼仪	21

第二讲 占领营销市场..... 23

1.积极思考创造事业	25
2.不断推出新的产品	27
3.技术创新保持优势	29
4.确保产品创新战略	30
5.独特创意付诸行动	32
6.品牌管理三大策略	34
7.产品开发原理构思	38
8.产品创新开发步骤	40
9.产品开发选择方案	43
10.联合开发合作互补	46
11.打造企业拳头产品	48
12.品牌重在品质取胜	50
13.另辟蹊径弥补损失	52
14.发挥员工开创业务	54

第三讲 开拓营销渠道 57

- 1.利用信息正确决策 59
- 2.重视收集商业情报 61
- 3.及时准确掌握信息 63
- 4.全面分析竞争情报 66
- 5.注意引进各种信息 68
- 6.了解需求适销对路 70
- 7.捕捉商机掌握主动 73
- 8.收集竞争对手情报 75
- 9.商业情报搜集途径 76

第四讲 实现营销目标 79

- 1.因地制宜制订目标 81
- 2.设立一个有益目标 84
- 3.目标高远做事踏实 85
- 4.要让员工认同目标 87
- 5.找到有效营销途径 89

6.努力保持积极心态	91
7.借用他人资金投资	94
8.耐心等待才会成功	96

第五讲 承担营销风险..... 99

1.敢于承担营销风险	101
2.敢想敢干增加财富	103
3.抓住机会永不放弃	105
4.敢于冒险加速发展	107
5.认准方向敢下赌注	110
6.降低风险估计胜率	109

第六讲 注重营销过程..... 115

1.营销过程有人情味	117
2.摸透顾客消费心理	119
3.满足顾客消费需求	121
4.明确界定顾客族群	123
5.产品价格必须合理	125

6.要用真情感动顾客	127
7.赚钱又让顾客满足	129
8.向顾客的背影致敬	132
9.要与客户紧密联系	134
10.征服客户做成生意	136
11.战胜胆怯成功推销	138

第七讲 参与营销竞争 141

1.保证质量持久稳定	143
2.降低成本击败对手	145
3.物美价廉赢得市场	146
4.用好“价格”竞争策略	148
5.价格竞争并非万能	151
6.竞争手法出人意料	153
7.曲径通幽迂回制胜	155
8.找准商品竞争“空白”	158
9.揪准对手弱处下手	160
10.不给对手可趁之机	162
11.合作争取竞争主动	164

第八讲 有效营销策略..... 167

- 1. 满足需求赢得市场 169
- 2. 建立顾客密切关系 171
- 3. 促销拓展产品市场 173
- 4. 通过直销提供服务 175
- 5. 努力获得顾客信任 177
- 6. 充分重视客户意见 179
- 7. 调整产品增值销售 181
- 8. 制定最佳营销计划 183
- 9. 建立适宜销售体系 185
- 10. 产品营销不拘一格 187
- 11. 电子商务网络营销 190
- 12. 千方百计促成交易 193

第九讲 策划营销广告..... 197

- 1. 以小钱做最优广告 199
- 2. 媒介策略效果倍增 201

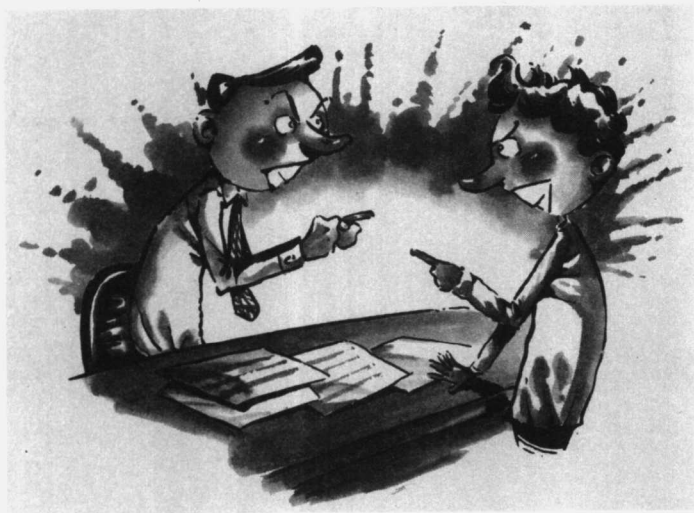
3. 根据需求精心策划	203
4. 要使广告有针对性	205
5. 交换目标准确定位	207
6. 产品名字印象深刻	210
7. 语言广告口口相传	212
8. 广告创新不同凡响	213
9. 明星效应打开销路	215
10. 口碑宣传“零号媒介”	217

第十讲 构建营销联盟..... 221

1. 谨慎选择合作伙伴	223
2. 与人合作四点原则	225
3. 构建企业战略联盟	228
4. 共生营销开拓市场	231
5. 企业共享客户资源	233
6. 联合开发创新产品	235
7. 联合促销走向同盟	236
8. 企业共享销售渠道	239
9. 共生营销服务客户	240

第一讲

展示营销魅力



具有良好的经商口才,说服能力强的人,必然是企业的活跃人物。掌握经商口才的语言艺术,是每一个企业经营者必备的能力之一。

1. 吸引顾客要靠口才

企业告诉我们：“顾客的钞票是最佳推销员的选票。赚的钱越多越说明你出色。”然而，从对方的口袋里赚钱，总是会让对方产生一种心痛的感觉。所以，出色的推销员总能够利用心理战术，使顾客心甘情愿地掏腰包。

举例来说，在一家观光旅游商店，当即将外出旅游的顾客来店时，店员将店内最昂贵的皮包全都拿出来极力推销，会让顾客有被强迫购买的感觉。推销员越是热心，对方所产生的反感越是强烈。这种推销员多半会让顾客留下不良的印象。所以，这种推销员将造成适得其反的效果。

此时，推销员与顾客的对话，应离开推销皮包的话题，而谈论一些有关旅游的事情。例如，要去玩几天？要在哪里过夜？要去哪些名胜古迹等等有关旅游的话题，并且将对话尽可能集中在旅行趣事方面。

例如也可这样问道：您什么时候出发？乘坐什么交通工具？您是否去××山？在××地方名特产特别多，我也曾经去过。那里清澈的湖水实在令人流连忘返……等等这些话。这些都是旅行时的共同乐趣，店员引起顾客的话题，而顾客的乐趣，兴奋也可传染给推销员而引起共鸣。能用这些话题来与顾客交谈进而达成推销目的。

营销十讲

这类推销员也会说道：“住两夜，那这只皮箱正好够装！若再加上一些小东西放在里面也不嫌重，”等等。这种建议，皮包、皮箱和一些小礼品都可顺利卖出，其他就连化妆品盒、换洗用品也可望追加添购。换句话说，有关联性的商品也可顺利出售。因此，经理应事先让推销员们具有巧妙服务的概念。

一味持促销态度，将使得许多对话无法成立，甚至使顾客对推销产生反感。

如此一来，店员所说的话会令顾客感到缺乏可信度，对话也会中断。所以，对于顾客不想要的东西，千万不要给予关联性的销售建议。

2. 信守你说的每句话

信守诺言是人们的一种美德，但是有些人在生意场上经常不负责任地许下各种诺言，却很少能遵守，结果毫无必要地给别人留下恶劣的印象。如果你说过要做某件事情，就必须办到；如果你办不到，觉得得不偿失，或不愿意去办，就不要答应别人。你可以找任何借口来推辞，但绝不要说：“我试试看”；如果你说试试看而又没有做到，那么你给对方留下的印象就是，你曾经试过，结果失败了。

你的信用能给予顾客良好的印象，你是否信守自己的诺言？你轻易地允许承诺？你是否值得他人委以重任还是你总是忘掉别人委托之事？当顾客打听你们公司产品状况时，你转达了多少错误信息，或是顾客向你打听公司的样品，或关于宣传方面的材料，你是否多次提供不

实的材料？

信守约定，看起来似乎很简单，做起来却相当困难，你只要稍有疏忽，就可能无法做到。有时候你认为别人可能不需要你的服务，如果这种自我安慰的想法让别人知道了，就会让别人觉得你是个懒人。

而且你可能抱有侥幸心理，以为顾客能原谅自己，你这种怠惰的心理让人一看便明白了。

所以，你在服务时，千万别轻易许诺，一旦许诺，便一定要遵守，顾客会为你的态度所打动，认为你是一个守信者，从而会信赖、依靠于你。

不论你在生活上或是工作上，你的信用越好，你就越能成功地推销你的服务；你应对的客人越多，你的服务推销就做得越好。

所以，你必须重视你自己所说的每一句话，成功总是眷顾那些讲话算数的人。食言则是最不好的习惯，你必须改变自己的缺点，成功地推销你自己。

不管你所推销的产品是哪一种，不管你用的推销策略如何，但你总要对自己所说的话负责，用自己的行动去说服顾客，让他们亲眼看到你所做的都是为了他们的利益。为了遵守诺言，你可以放弃其他的，给人一个可信的面孔。

你推销的服务或产品可曾遵守这种原则，如果你以前没有，请从现在开始，或许你会比以前做得更好。

产品的销售，需要成功的广告和宣传手段，但最能打动人心、最受顾客欢迎的还是你那可靠、守信的服务态度和售后服务。