

中外企业

促销方法

精选

主编 巴童
中国城市出版社



中外企业促销方法精选

主编	巴 童		
编写	马雪梅	杜 玮	
	叶景兰	徐 芳	
	于萌萌	孟 微	

中国城市出版社

(京) 新登字171号

中外企业促销方法精选

主 编 巴 童

选题编辑 刘小伟

责任编辑 李 青

封面设计 全开健

责任印制 姚 辉

责任校对 李白沙

出版发行 中国城市出版社

地 址 北京朝阳区和平里西街小黄庄路1号(邮编 100013)

电 话 4235833 传 真 4214573

经 销 新华书店

印 刷 北京印刷三厂

开 本 787×1092(毫米) 1/32

字 数 200千字

印 张 9

版 次 1994年3月第1版 1994年3月第1次印刷

印 数 0001—4000

书 号 ISBN 7—5074—0496—X/F·18)

定 价 8.00元

· 版权所有，翻印必究 ·

内 容 提 要

把产品尽快地卖出去，是企业最关心也是最头疼的事。

有效的促销能使资金回笼快、企业加速发展，可以说促销是企业决策的重要手段。本书从中外数千家成功企业促销活动中精选出 200 多个多姿多彩、生动有效的促销方法实例，同时还对各例做了比较详细的介绍，供商业及企业界参照应用。这是指导促销活动不可多得的一本必读好书。

目 录

改造促销法	1
古典促销法	2
娱乐促销法	3
换代促销法	4
引导促销法	5
性别促销法	6
风俗促销法	8
魅力促销法	8
征联促销法	9
形象促销法	10
别致促销法	12
人情促销法	12
异想促销法	13
悬念促销法	14
哗众促销法	15
廉价促销法	16
友爱促销法	17
信件促销法	18
付息促销法	19
赔本促销法	21
死价促销法	22
吃亏促销法	23
退款促销法	24

醉翁促销法.....	25
自降促销法.....	26
巧价促销法.....	28
送达促销法.....	29
访问促销法.....	30
稀缺促销法.....	31
薄利促销法.....	33
叫板促销法.....	34
报废促销法.....	35
超前促销法.....	36
适时降价促销法.....	37
广告促销法.....	38
打动促销法.....	39
直接见面促销法.....	40
背水一战促销法.....	41
家庭聚餐促销法.....	42
货郎促销法.....	43
三分促销法.....	44
低价刺激促销法.....	45
宠物商标促销法.....	46
代理促销法.....	47
清仓促销法.....	49
精良促销法.....	50
突破促销法.....	51
时尚促销法.....	55
实验促销法.....	56
乔装促销法.....	57

迎合促销法	59
风险促销法	60
领养促销法	62
邮寄促销法	63
美名促销法	64
强攻促销法	66
新意促销法	67
强化促销法	68
证人促销法	70
自豪促销法	70
代名促销法	71
特号促销法	72
诱惑促销法	74
战略促销法	75
取悦促销法	76
免租促销法	77
保鲜促销法	79
高档低价促销法	80
杀价促销法	81
保誉促销法	82
闯关促销法	83
不朽概念促销法	85
真人反应促销法	86
音乐创意促销法	87
突出性能促销法	87
示范比较促销法	88
间接表达促销法	88

风险领悟促销法	89
提示促销法	89
借景促销法	90
自我表现促销法	91
朴素陈述促销法	91
荒诞促销法	92
发问促销法	92
妙引促销法	93
重复促销法	93
征答促销法	94
立竿见影促销法	95
好感促销法	96
哄抬促销法	97
奉送促销法	98
特殊促销法	99
快速促销法	100
热情促销法	100
谦让促销法	101
作戏促销法	102
随意促销法	103
坦诚促销法	103
细心促销法	105
试用促销法	106
赞助促销法	106
传授促销法	108
无忧促销法	109
造奇促销法	110

靠山促销法	111
羞涩促销法	112
江湖促销法	112
游戏促销法	115
连锁促销法	117
温情促销法	118
中奖促销法	120
号外促销法	121
导购促销法	121
情感促销法	123
上门促销法	123
雪球促销法	124
微笑促销法	126
推荐促销法	127
维修促销法	128
售后促销法	129
更新促销法	129
致歉促销法	130
实惠促销法	131
主动促销法	132
诱导促销法	133
美化促销法	133
参与促销法	134
优待促销法	135
试销促销法	136
趣味活动促销法	137
神奇偶像促销法	138

防伪促销法	139
募股促销法	141
活动广告促销法	142
知名度促销法	143
飞艇广告促销法	144
新闻窗口促销法	145
换新促销法	146
直邮促销法	148
分期付款促销法	149
特色吸引促销法	150
挑战促销法	153
印赠食谱促销法	154
突出优点促销法	156
塑制蜡人促销法	157
指名购买促销法	159
专题晚会促销法	160
创造重点促销法	162
买一送一促销法	163
双边赠奖促销法	165
快乐歌曲促销法	167
递进构想促销法	168
售点广告促销法	170
突发新闻促销法	170
全面出击促销法	172
健康指导促销法	173
说服促销法	175
立体广告促销法	176

先声夺人促销法	177
交友促销法	179
特约播映促销法	180
黄金时间广告促销法	182
联办球队促销法	183
全方位宣传促销法	184
剪报行动促销法	186
专题报道促销法	187
美好形象促销法	188
优秀创意促销法	189
多媒体宣传促销法	190
广告强攻促销法	192
体育广告促销法	194
专家引导促销法	195
暂停促销法	196
风波促销法	197
悬赏捉劣促销法	199
现场演示促销法	201
政府官员促销法	201
信义促销法	203
特殊日期促销法	203
贵族形象促销法	204
渗透定价促销法	206
高空试验促销法	207
周密调查促销法	208
命题活动促销法	209
顾客参与促销法	210

哀兵促销法	210
新境界促销法	212
明星效应促销法	213
特定时机促销法	214
紧缩战线促销法	215
造热促销法	216
高价刺激促销法	217
“起死回生”促销法	217
持续宣传促销法	218
模拟促销法	219
务实促销法	220
出奇制胜促销法	221
迂回促销法	222
提供消遣促销法	223
“礼貌大使”促销法	224
诱发促销法	224
售后联系促销法	225
托名促销法	226
红娘促销法	227
寓卖于教促销法	227
“亏本”促销法	228
助人促销法	229
解难促销法	229
利用侥幸心理促销法	230
比阔气利用好胜心促销法	231
借“臭名”促销法	231
精神满足促销法	232

怪名促销法	233
激发促销法	233
古为今用促销法	234
利用逆反心理促销法	235
“五美分”促销法	236
考验促销法	236
特色包装促销法	237
革新促销法	238
竞赛促销法	238
巧造需求促销法	239
“大篷车”促销法	240
提价促销法	241
积德促销法	241
血本促销法	242
拉开“档次”促销法	243
投其所好促销法	244
芳香促销法	245
挨罚促销法	245
古币促销法	246
方便顾客促销法	247
实用促销法	247
“成双对”促销法	248
感人促销法	249
补救促销法	250
矮人促销法	250
衬托促销法	251
活人广告促销法	252

声东击西促销法	252
创异促销法	253
解恨促销法	254
“世界之最”促销法	255
惊险促销法	256
悦宾促销法	256
以小取胜促销法	257
“四包”促销法	258
“专家”促销法	258
“一朝鲜”促销法	259
品名效果促销法	260
免费电话促销法	260
做知己促销法	261
弦外之音促销法	262
忠告促销法	262
互惠促销法	263
买价出售促销法	263
名诗促销法	264
依托促销法	265
求旧促销法	266
附录：日本30家大企业最新“企业口号”	267

改造促销法

商店是顾客交钱买东西的场所，买卖成交两全其美。一般说，对于顾客不合适的商品，商店没有改动其式样的想法和能力。

山东省安邱县百货公司在1989年商品销售不畅。当时消费者把钱攥出汗也舍不得买东西。在这种情况下，公司经理张仕臻带着公司其他领导和科室人员走出办公室，亲自办批发，站柜台，搜集顾客的意见。

一次，张经理在一个乡镇的百货店里目睹一位中年妇女买衣服的情景。那妇女试试这件，胸围太紧；试试那件，身長又超了，尺寸比例总不合适。最后，她不无遗憾地扔下一句话：

“要是给改巴改巴，多花俩钱也认了。”这句话不轻不重，却使张经理为之一震。对啊，服装是从外地进的，而消费者在山东，一般说山东人膀大腰圆，个头高，穿外地服装不太合适，要是添几把剪刀，置几台缝纫机，把柜台上卖不动的衣服拿下来改一改，兴许是条路子。回家时，老张走在路上，看见农民把抽水机抽上来的水用一节尼龙管引到了路的另一侧麦田。这时他忽然想到，如果像农民引水那样，在卖货的基础上，再搞一点加工修理，不也能打开销路吗？

张经理把自己的想法说给公司的其他几位领导，他们都很赞成。于是说干就干，他们很快就把改缝过的衣服送到了柜台上。结果，积压了几个月的商品，没出一个星期全部卖完。这一成功尝试打开了他们的思路，如果利用商业信息灵通的优势，

办一个“接力型”的服装厂，专门拾遗补缺，修修改改，岂不更好？

经过短时间的准备，一个小型“接力型”服装厂很快建立了。这个服装厂建立时间不长，已经显示了三大作用：一是改造库货，净化库存。有一批男装，是从上海进的货，开始还有点销路，后来逐渐卖不动了，甚至削价20%也无人问津。稍加修改后，很快销完。还有一批花格呢布料，因颜色过时，一直无销路，缝纫机一转，做成3600件入时半长女式外套后，一些中年妇女争着来买；二是依样画葫芦，保证供货不断档。对于销得快的服装，一时调不进货时，征得厂家同意后，照样子去做，弥补一时短缺；三是满足特殊需要，为特殊体型的消费者订做服装。

开业后的“接力型”服装厂，在短短的几个月就为安邱县百货公司调整库存减少损失5万多元，拾遗补缺加工服务获纯利6万多元。

古典促销法

香港的服务行业竞争十分激烈，商家各出奇谋，以求“克敌制胜”。

香港一家酒楼推出“满汉华筵”，这是从旧时清朝皇族的“满汉全席”演化而来的。酒家提供可摆40桌的宴会场地，划分为“娱乐”、“御膳”两区，由清装宫娥及侍卫站列两旁。场地搭置亭台楼阁，备有金龙缠身的黄袍，宾客可身穿“龙袍”扮演“皇帝”就餐。席间有乐队演奏，“宫廷舞女”翩翩起舞，民间艺人舞文弄墨，即席挥毫。

“御膳”的食具全部是镀金餐具和特制瓷器。用餐前，侍

卫代主人宣读“圣旨”之后，宾客们便可享用“御膳”了。

这种专为“皇帝”安排的特别服务，竟吸引了不少“有识之士”，花费10万港元之巨，吃一餐“御膳”，当一刻的“皇上”，享受一次隆重的“排场”。

香港酒店也推出一种婚宴服务，只要客人订下一定数量的酒席，便可免费获得酒席以外的婚宴服务。虽然结婚宴席收费高一些，但婚礼中一切繁杂事务均由酒店包揽。婚宴后，新人即可携手步入酒店布置的洞房，共度良宵。酒店提供的婚宴“免费”服务项目还有：豪华套房、新娘花车、多层结婚蛋糕、免费停车场、礼堂牌匾、鲜花摆设、专业摄影、代发喜帖、赠送精美礼品等。酒店还派人安排接送来宾的“巴士”，甚至还推出招徕顾客的另一手法——结婚一周年时，可再享受免费双人豪华套房一天，让结婚的人重温那温馨的新婚之夜。

娱乐促销法

服务业是充满活力的行业，最能发挥人的想象力和创造力。人们在接受服务的时候，为什么不增加一些娱乐的气氛呢？已经72岁的美国人唐曼尼科显然想到了这一点。

②

唐曼尼科曾是一家合唱团的男中音歌唱演员。如今，他改行理发，在费城开设了一间别具一格的理发室——“唐氏歌剧录像带理发室”。理发室备有40盒歌剧录像带，300盒歌剧录音带和3000张唱片，免费为顾客播放。在唐曼尼科兴致高的时候，他还会边为顾客理发边歌唱，很受顾客欢迎。

与此相仿，美国康涅狄格州的杜里则开设了一家免费阅读餐厅。这家餐厅与众不同之处在于，它鼓励顾客在餐桌上读书看报，甚至还免费赠书。