

经商智谋全书

销售神术

京华企业咨询公司



今日中国出版社

171127/18

前言：这是一个斗智的时代

翻开一部现代经营史，可以看出，世界著名的大企业家的发迹，无不依靠了令人叫绝的智慧和谋略，因为当初他们手中没有多少资金和技术，掌握的仅仅是无本万利的好主意。在他们事业大发展时，叱咤商界，克敌制胜，仍需好创意的鼎力相助。

在哈默、奥纳西斯、洛克菲洛、卡耐基、包玉刚、李嘉诚，以及牟其中等人的经营中，智慧和谋略立下过累累战功；松下、通用、波音、飞利浦、可口可乐、麦当劳、健力宝等著名公司也莫不如此。至于许多行业中优秀的经营者靠好主意每每得手之例更是举不胜举，比比皆是。

因此，市场的竞争在某种意义上来说就是智慧和谋略的竞争。谁能拥有好的创意、好的思维、好的商业逻辑，谁就能赢得市场获得财富。在当今世界商战中，纵横天下的企业家们在向人们攫取金钱的同时，也向世界展示着他们的商业灵光，这是人类最可宝贵的财产，也具有巨大的实用价值。黄金可爱而炼金术更可贵，总结和开发成功的商业谋略当然是一项利

民利国的善事。

为了提供有益的借鉴，我们推出这部包括近 5000 个实例的商业智谋全书，分为经营、销售、市场、竞争、公关、广告、管理、名牌开发八大类，这里有世界著名的企业家的经典范例，也有普通经营者的杰作，可肯定地说，书中林林总总的雄谋伟略、奇招神术，众多的出神入化的智慧实例，一定会使你思路大开，进而在经营中获得回报。

世界本是一个大金矿，我们现在需要的是炼金术——智慧和谋略。

应该说明的是，本书所选的一些实例发生在特定的时间和地点，其经营的原理，可给人一定的启迪，但其具体作法不一定完全适合我们去模仿和效法。

目 录

营销神术	(1)
商业强人的销售法力	(3)
积压的汗衫印上 CCTV	(3)
美商大打“变形金刚”牌	(3)
美国强生玩具公司的关联促销法	(4)
日本人的录音带推销	(4)
油漆商免费赠送刷子	(5)
三洋公司“诱人上钩”	(5)
麦当劳设奖促销	(6)
米凯尔公司的“绅士协定”	(6)
推销食品不找食客的莱克公司	(7)
日商借“情人节”推销巧克力	(7)
鸭溪窖酒在国际上拿下金牌的绝招	(8)
巴西人的电话销售术	(8)
铃木味精靠耐性推销成为世界性商品	(9)
美国《读者文摘》的邮递推销	(10)
本田向自行车店直销摩托车	(10)
美国商店给顾客回扣的销售方法	(11)
“双星”退鞋促销	(11)

艾科卡售汽车“不满意就可退钱换货”	(12)
阿迪达斯鞋靠“明星效应”创世界名牌	(12)
在装上水的鱼缸里卖手表	(13)
尿布大王的“鬼点子”	(13)
日本万事发香烟公司的亏本生意	(14)
最早的口香糖靠白送打开市场	(15)
日本人首创的大便器“走”进百货店	(15)
美国老板的猜谜推销	(16)
美国通用汽车公司的洗碗机销售战略	(16)
无人光顾的产品打出“订货完毕”的牌子	(17)
制造轰动效果 英国书商大得其利	(18)
日本麦当劳的“开车通过”售货方式	(18)
价值 5 元钱的火柴盒	(19)
欢迎小偷光顾的锁厂	(20)
周口味精的“农村包围城市”销售策略	(20)
英国死亡牌香烟的促销招术	(21)
一幅画也卖不出去的毕加索一招出名	(22)
将儿童食品中加带玩具糖果商罗宾成为巨富	(22)
美国斯里兰百货公司诱人的“连锁”促销	(23)
温州玻璃钢用品的组合推销法	(24)
松下将同一产品改名换姓便能畅销	(25)
哈默在百货店卖古玩连展带销	(26)
在商标上动脑筋的厂家	(26)
雇用胖子上街头 减肥仪器进家庭	(27)

在“婚礼”上做文章的销鞋招术	(27)
改名“西服手帕” 滞销手帕变畅销	(28)
天桥自行车商店“独家经销”	(29)
“仅限一管”牙膏的销售术	(29)
“华尔森”啤酒的找空档战略	(30)
锦州啤酒厂的免费品尝活动	(31)
瓶盖印生肖图像的销酒怪招	(31)
只因名称改得好 “六果液”大畅销	(32)
意大利姑娘身上的酒店	(32)
丰田公司的修公路战略	(33)
三洋公司薄利多销的商法	(34)
伊藤一夫的汽车流动商店收入可观	(35)
日本美津农公司的创意促销种种	(36)
美日超市商品巧布局引起顾客购买欲	(37)
雅芳靠“美容顾问”占领销售市场	(38)
“南方大厦”展开强大促销攻势重获霸主地位	(40)
日本烟商的组合式香烟盒	(41)
利用日本人崇尚欧美之心 将食用土豆打入日本	(42)
制造市场“饥饿”	(42)
大型展销会上的促销策划	(43)
妙丽集团廉价销售法	(43)
台湾新生实业公司买一送一之计	(45)
两公司联袂推销各得其所	(45)
日本汽车重返美国的“行销四 P”策略	(46)

美国乳品大王的优美环境销售术	(47)
借“热”销售的点子	(48)
神谷正太郎“创造需求”的销售术	(50)
销售是商业智慧的竞技场	(52)
麦当劳何以深入人心	(52)
“奇幻谷”玩具店的迂回推销术	(53)
菲亚特汽车公司别开生面的销车招待会	(54)
菲里浦·莫里斯公司啤酒花样翻新	(56)
药店挂牌“奉赠一万元”招徕顾客	(58)
独特营销术带来的效益	(58)
“荷花”洗衣机畅销的秘诀	(59)
优惠卡使《商报》订数大增	(59)
麦克米兰出版公司老板眼中“上帝”中的“上帝”	(60)
《星球大战》以一俏带十俏	(61)
葛利生低价售货创牌子	(62)
鞋店不卖成品生意兴隆	(62)
波莫瑞公司创造需大于供的市场	(63)
阿尔弟食品超级市场受青睐的秘诀	(63)
伊势丹商社促销有术卖价高	(65)
美国“假日客栈”处处想着顾客	(66)
甘布公司的“免费电话”促销术	(67)
福特公司别开生面的产品介绍会	(67)
巴莫“有奖求教”家具俏销	(68)
何阳让滞销品变畅销的点子	(69)

一元钱买来可口的早餐	(69)
法国化妆品“不卖包装”策略	(70)
以大促小蛋糕房日进斗金	(71)
以旧换新 保温瓶厂一箭四雕	(71)
台商请顾客当模特儿服装好推销	(72)
用保险吸引顾客的店家	(72)
法国维斯塔公司的“卫星传递”销售术	(73)
汉方药店的销售新招——电话订药	(73)
日本资生堂区分顾客的专柜销售	(74)
日本商店的“风铃”推销高招	(75)
日本龟甲万公司的酱油食谱	(76)
美国旧金山的商场连锁术	(76)
引吸顾客的家具模型屋	(77)
为农民提供方便的西尔斯公司	(77)
诱导儿童购物 父母不得不掏钱	(78)
普罗特公司欲搞故纵的销售心理战	(79)
吸尘器厂家的还本销售法	(79)
包叶肉店免费替人登广告引来新客户	(80)
日本明治公司的挂卡求售术	(81)
保管剩酒的香港酒店	(81)
发周末财的“日土公司”	(82)
香港报贩以旧换新推销术	(83)
日本商人的便药配备销售法	(83)
商店引进小把戏 销售额扶摇直上	(84)

商店为顾客着想 顾客盈门	(85)
以赠送洗发精招揽顾客的台湾美容店	(85)
台湾珠宝商的钻戒试戴活动	(86)
英国航空公司的免费机票	(86)
买家电可抵押赊销的商店	(87)
父子“美猴王”站柜台促销	(87)
不设门市的法国莱克食品公司	(88)
美国餐馆的音乐助销术	(88)
明星、大腕的营销策略	(88)
日本商家的怪招——按顾客体重购物	(89)
日本的图像展销	(90)
为顾客办保险 商场销售额大增	(90)
为价值 13 元的锁投保 1 万元的厂家	(91)
5 万元保险的化妆品	(91)
与豪华服装对比的销售招术	(92)
北京店家的文化推销	(93)
“冬天的礼物”——美国的邮购直销	(93)
现做现卖的糕点厂家	(94)
几滴红墨水的作用	(95)
惠勒公司欢迎试吃试用的销货招术	(95)
赠送儿童礼品的餐馆	(96)
纽约安科公司的赊欠销售术	(96)
“莱兹商店”让顾客多花钱购物的秘密	(97)
不让顾客产生反感的廉价销售	(97)

“君子饭店”的君子行为	(98)
“美津浓”公司只讲缺点的商品说明书	(99)
日本万字酱油巧占美国市场	(99)
靠优雅环境招来众多食客的德国人	(100)
徐约鸿“把手表吊起来卖”	(101)
美国加州葡萄干何以打开台湾市场	(101)
“小霸王”促销绝招	(102)
“美菱”选准销售对象的“181”效应	(102)
“奔驰”公司销货始于售后	(104)
美国旅游公司招徕生意的诱人奖品	(104)
厂家给顾客回扣 顾客为厂家义务推销	(105)
日本纪考曼公司的竞争意识	(106)
美国奥芬公司数十年坚持上门推销	(108)
李嘉诚推销洒水器	(110)
经久不衰的“大龙”春卷	(111)
征求订户的小点子	(112)
本田卖车“贱罪” 销售与“绿”俱增	(113)
神谷正太郎办学销汽车	(113)
日本银行“拉客术”	(114)
向女性推销“吉利”	(115)
美商厚利也可多销	(117)
IBM——服务的象征	(118)
日本雪印公司寄给零售店的十二封函件	(121)
明槐贡酒厂厂长马荣“笨招”卖酒	(125)

潍坊厂家的销售招术——纸上谈生意·····	(126)
善于“凑趣”的荷兰商人·····	(127)
美国商人瞄准娃娃抓促销·····	(128)
柯达公司醉翁之意不在“售机”·····	(129)
丰田公司老板神谷的绝活——“创造需求”·····	(129)
“易洁”洗衣粉赠送样品占领欧美市场·····	(131)
英商威廉姆斯售书有道·····	(133)
步鑫生白送衬衣的奥秘·····	(134)
草裙舞定格 柯达卷畅销·····	(134)
艾默生公司销售淡季的经营策略·····	(135)
美国惠勒公司试吃试穿·····	(135)
索尼彩电靠“带头牛”打开美国市场·····	(137)
法国维顿公司制造“供不应求”气氛·····	(138)
正太郎降价获全胜·····	(139)
海明威智胜商家巧售书·····	(140)
发达国家的原始交易方式——以物易物·····	(140)
中国产品在加拿大提高身价·····	(141)
小聪明卖炉灰发大财·····	(142)
美商推销的诈术·····	(143)
坦率的讨教更有推销效果·····	(144)
抓住女顾客隐秘心理做文章的松下公司·····	(145)
日本角荣公司的“空手倒”预约销售法·····	(145)
台湾太平洋建设公司先建球场后卖房的销售策略·····	(146)
台湾哥林公司的销售奇招：捉拿歌星嫌疑犯·····	(147)

抓住高考时机“克补”猛攻市场·····	(149)
商品投入市场中的“饥饿”方针·····	(150)
只卖一茬货的意大利莱尔市场·····	(150)
盐水浸泡各家螺丝以比高低的推销·····	(151)
利用男女间微妙心理推销·····	(152)
麦拉伦以言辞“杀人”获成功·····	(152)
同样商品 提高一种的价钱 很快卖掉另一种·····	(153)
东京银座商店的一折销售法·····	(154)
海湾战争后 英国航空公司的免费旅游·····	(155)
瑞士手表的名店廉价销售策略·····	(155)
买一送一 美汽车厂起死回生·····	(156)
丰田推销员先迎合再诱导的招术·····	(157)
日产汽车公司的“限量销售”术·····	(158)
举办重奖赛吃 一下打开面包销路·····	(159)
加拿大妙女求教销香烟·····	(159)
周口味精发动个体户突破国营产品的市场垄断·····	(160)
美国人大力宣传吃面长大个向日本推销小麦·····	(161)
日本日清公司将方便面打入美国的策略·····	(161)
长岛商人巧卖汽车·····	(162)
象牙肥皂行销全美的几步棋·····	(163)
以“可得黄金”的许诺推销香烟·····	(165)
敬重是推销者战胜对手的利器·····	(166)
日本商场“有钱难买的商品才是好商品”·····	(166)
“一代笑星”销烟的辞令·····	(167)

法国雷诺汽车甩卖有招·····	(166)
顾客一句话 美商的苏打粉畅销·····	(169)
福特 T 型车的销售宣传大战 ·····	(169)
让美女穿上积压服装 丑女穿上流行款式·····	(171)
战争是商人发财的良机·····	(171)
商店开办动物园 引来儿童货畅销·····	(173)
“拍立得”相机靠出售专卖权打开市场·····	(173)
台湾“麦田面包”争夺孩子有方·····	(174)
周口味精厂的市场争夺战·····	(174)
“一分钟相机”引起人注意的一个骗局·····	(175)
“福特汽车俱乐部”的多项实惠政策·····	(176)
可口可乐、雪碧促销战中的“红配绿对对送”·····	(176)
韩国鞋打败中国鞋的道理·····	(177)
亚德兰假发公司为秃子保密·····	(178)
美国国际农机公司的“以麦子换机器”·····	(179)
台湾声宝公司的“大哥大”销售战·····	(180)
荷兰逼迫买主的花卉拍卖·····	(181)
以一亏得百盈的松本清·····	(182)
化妆品女王艾丝蒂进军欧洲的战术·····	(182)
雅芳公司 30 万推销员全是家庭主妇 ·····	(184)
美国 IBM 公司抓住进口国所想的推销策略 ·····	(184)
扮作路人的推销员·····	(185)
日本夏露丽公司的家庭聚会示范销售·····	(186)
美商白送煤油炉推销出煤油·····	(186)

日本人寿保险公司的动员寡妇拉保险·····	(187)
借布什之名推销房产的莱斯特·····	(188)
假借倒闭促销的美国百货店·····	(188)
普洛奇造假赚得订户·····	(189)
亚都公司的销售绝招——先从洋人“开刀”·····	(190)
佛勒推销成功的绝招·····	(191)
大型展销会上的促销策划·····	(192)
二十五届奥运会中的西班牙商人退款促销诺言·····	(193)
在儿童食品中加带玩具 糖果商罗宾成为巨富·····	(194)
巧做儿童生意的肥皂商·····	(195)
利用日本人崇尚欧美之心 将土豆打入日本·····	(195)
商店促销神术·····	(197)
一流商店卖出的是商业计谋·····	(199)
“美佳”西服店每天减一折的销售术·····	(199)
百万富翁希尔兹的销售妙招·····	(200)
开奖器让顾客在购物同时得到玩乐·····	(200)
麦当劳用“瞬间催眠术”赚钱·····	(201)
麦当劳饭店的“外带”生意·····	(202)
非七岁儿童不能进店·····	(202)
美商周末发行赠券招徕顾客·····	(203)
艾丽沙先少后加的销售法·····	(203)
泰国百货大楼上开动物园·····	(204)
借中国展览巧做生意的南斯拉夫人·····	(204)
日本的“印花”促销术·····	(205)

免费“剪喜”促销售·····	(206)
为顾客设“陪购”的美国公司·····	(206)
山田肉店靠“意见领袖”招徕顾客·····	(206)
日本银行的“软商品”·····	(207)
两种同样产品让其中一种价格提上去·····	(208)
日本售货员嘴巧生意成·····	(208)
意大利威德门公司的销鞋术·····	(209)
王永庆以服务取胜 米店生意兴隆·····	(209)
瞒天过海促销术·····	(210)
台湾麦田面包的不花钱促销·····	(211)
发票换教学设备 澳洲商场一箭双雕·····	(212)
巧言销鞋·····	(212)
意大利莱尔市场的销售秘诀·····	(213)
不让肥胖女士难堪的美国时装店·····	(213)
让福尔摩斯助销汽水·····	(214)
做熟的鱼还能退·····	(215)
买商品给顾客报销“打的”钱的商店·····	(216)
一握“汇通”的手永远是朋友·····	(216)
静安公司巧用“三差”开拓“第二市场”·····	(217)
无锡厂家用“桑塔纳”设擂台促销·····	(218)
北京首饰厂巧用电脑检测仪推销首饰·····	(219)
“鸳鸯刷”销路不好的症结·····	(220)
商店有主意就有好销路 ·····	(222)
广州市的奇特商店的奇特开张·····	(222)

无名小店巧赚国王的钱·····	(223)
受欢迎的母子鸳鸯盒饭·····	(223)
“冈田屋”巧取硬币一举双得·····	(224)
美国卖饼富翁的“立足法”·····	(224)
旧铁丝网为何被抢购·····	(225)
赠券促销的商家·····	(225)
“阿凡提”如何挤进“傻子”的地盘·····	(226)
香港商场的“最佳购物时间”·····	(226)
历史上最好的推销员·····	(227)
美超市经销“小把戏”·····	(228)
“黑魔术”以患为利占领英国糖果市场·····	(228)
沙丽普公司让消费者充当推销员·····	(229)
美国商店的特价商品声东击西·····	(229)
大木良雄的商店不同时间出售不同商品·····	(230)
交易会上请外商投一票·····	(231)
特殊服务神术·····	(232)
顾客猎奇 老板赚钱 ·····	(234)
北京的老插餐厅·····	(234)
美国的“出租名人”商店·····	(235)
生意兴隆的“挖人”公司·····	(236)
旅馆出新招 旅客自愿为其栽树·····	(236)
奥兰多酒店靠宠物招客·····	(237)
新加坡的低档廉价饭馆·····	(238)
巴黎独树一帜的“水酒吧”·····	(238)

月月降价的瑞典古玛时装公司·····	(239)
独出心裁的梦幻邮箱公司·····	(239)
世界最佳饭店的“名人”效应·····	(240)
专打儿童主意的千万富翁·····	(240)
巴西电话公司的“笑话台”·····	(241)
S. S 法国号的戒烟旅行·····	(241)
S. S 法国号的减肥旅行·····	(242)
S. S 法国号学赚钱的旅行·····	(242)
靠装设广告板发财的桐生寅治·····	(243)
美国的“幻想”公司·····	(243)
让顾主满意的“夜间搬家公司”·····	(244)
欧美的“减轻压力公司”·····	(245)
“一天两变”的日伊高级百货店·····	(245)
绍兴的“咸亨酒店”·····	(246)
美国奇特的命名公司·····	(247)
日本的礼品处理商店·····	(247)
向顾客赠书的餐厅·····	(247)
美国的“静一下”餐厅·····	(248)
把顾客介绍给竞争对手的梅瑞公司·····	(249)
日本“无主意”商店老板主意高明·····	(249)
智利的“梦幻商店”·····	(250)
北京专做观光客生意的豪华三轮·····	(251)
美国赌城经营独特的“马戏场”宾馆·····	(251)
“亚瑟王之剑”宾馆的独特经营术·····	(252)