

ZHI HUI

现代人智慧全书

智慧

促销术

一定适合你的199种独特经典的促销艺术

主编 林可行 张小云



北方妇女儿童出版社

F713.3-49
3

ZHI HU

现代人智慧全书

智慧促销术

一定适合你的199种独特经典的促销艺术

主编 林可行 张小云



北方妇女儿童出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代人智慧全书/林可行 主编. —长春: 北方妇女儿童出版社, 2004. 11
ISBN 7-5385-2703-6

I. 现… II. 林… III. 人生哲学—通俗读物
IV. B821-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 114029 号

内 容 简 介

全面、系统、分门别类地将现代人生存立世必须具备的智慧告诉您。指导您做适者生存、永立人上的强者。

现代人智慧全书

书 名: 智慧促销术 ——一定适合你的 199 种独特经典的促销艺术

主 编: 林可行 张小云 封面设计: 胡小林

出版发行: 北方妇女儿童出版社 (0431-5640624)

地 址: 长春市人民大街 4646 号 (130021)

印 刷: 北京中兴印刷有限公司

版 次: 2004 年 11 月第 1 版

印 次: 2005 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5385-2703-6/G·1841

开 本: 850×1168 (毫米) 32 开

字 数: 499 千字

印 张: 308

定 价: 750.40 元

本 册: 26.80 元

目 录

1 成功促销

1. 彻底了解你的行业 1
2. 在谈话之中铺下成功之路 11
3. 资料愈丰富,致富的几率愈大 18
4. 营销“黄金原则” 26
5. 零售经营四原则 27
6. 没问题就是问题 28
7. 用新办法就有办法 29

2 促销的基本功

8. “猪肉佬”的口才艺术 31

9. 和气生财 31
10. 生意的好坏全凭一张嘴 32
11. 一句话赢得顾客心 33
12. 巧嘴生财 34
13. 一语千金 35
14. 说与听的学问 36
15. 妙语生财 37
16. 一句谚语解僵局 39
17. 打动顾客之心 40
18. 巧言诱导对方 40
19. 千万别说没有 41
20. 妙语绝伦 42
21. 让对方说是 43
22. 打动人心的推销语言 44
23. 幽默一默 46
24. 幽默在老板身上的魅力 47
25. 特定场合的委婉语言 47
26. 与“借口”交锋 48
27. 妙语铺台阶 49
28. 逼你开口 50

3 促销经营的宗旨

29. 笑脸相迎 53

30. 第二次竞争 54
31. 大赔换大赚 55
32. 服务形象 56
33. 满足顾客的偏好 57
34. 把乞丐当上宾 58
35. “250人法则”推销术 59
36. 生意不在情义在 60
37. 让顾客怀有歉意 61
38. 善待每一位顾客 62
39. 行高招远客 62
40. 一桩生意,七分服务 63
41. 自己的钱随便拿 64
42. 鬻马馈缨的启示 65
43. 洗心革面换新颜 66
44. 回扣留客法 67
45. 吸引食客 67
46. 培养忠诚顾客 68
47. 让顾客自己下决心 70
48. 赠送一片真情 71
49. 一悲一喜蕴商机 72
50. 顾客,你一边去吧 73

4 促销的广告艺术

- 51. 王婆卖瓜,自卖自夸 75
- 52. 好酒也要勤吆喝 76
- 53. 西冷公司的广告创意 77
- 54. 妙语促销 78
- 55. 与大人物同在 79
- 56. 愚蠢与聪明 80
- 57. 借人树威,身价百倍 80
- 58. 揭短广告 81
- 59. 善用名人效应 83
- 60. 巧借商机 84
- 61. 幽默广告 85
- 62. 搭上媒体便车 85
- 63. 绝妙的广告 86
- 64. “愚蠢”的策化 87
- 65. 靠广告闯出世界的“金利来” 88
- 66. 别具一格的广告手法 89
- 67. 唯美广告 90
- 68. 铺垫广告 90
- 69. 神韵广告 91

- 70. 悬念广告 92
- 71. 公关广告 93
- 72. 促销广告 94
- 73. 不惜本钱广告轰炸 95
- 74. 戏剧性广告 96
- 75. 联袂广告 97

5 促销一张“嘴”

- 76. 选择适当的话题 99
- 77. 因人而异讲推销 101
- 78. 立足长远让小利 103
- 79. 原则性与灵活性 105
- 80. 知兵者动而不迷 106
- 81. 推销重文化习性 108
- 82. 欲擒故纵有玄机 112
- 83. 转变对方的意志 115
- 84. 推销报价要合理 117
- 85. 以退为进话让步 119
- 86. 声东击西话压价 125
- 87. 装聋作哑别有意 127
- 88. 一鼓作气勇者胜 129
- 89. 交易成功系口才 133
- 90. 与人交谈重开头 135

- 91. 诱导顾客作决定 137
- 92. 让你的眼睛说话 139
- 93. 口才“功夫在诗外” 141
- 94. 咬住顾客让他买 142
- 95. 货比三家讲优势 144

6 商品的包装艺术

- 96. 激发购买欲望的艺术 147
- 97. 重视包装的魅力 147
- 98. 改造包装销售术 148
- 99. 迷人的外衣 150
- 100. 改头换面术 151
- 101. 巧用颜色 152
- 102. 创立名牌意识 152
- 103. 为商品取个好名 153
- 104. 首因效应 155
- 105. 名字的包装艺术 156
- 106. 四两压千斤 157
- 107. 抓住顾客的心理 157

7 商品的价格定位

- 108. 突破价格观念 159
- 109. 货币错觉 160

- 110. 高低一样的货 161
- 111. 商品定价诀窍 162
- 112. 售货员报价技巧 163
- 113. 折扣生财 165
- 114. 空洞的保证 167
- 115. 高价争购 168
- 116. 高价促销术 169
- 117. 原价销售法 170
- 118. 漫天要价法 171
- 119. 巧用掉包计 172
- 120. 价格中的视觉陷阱 173
- 121. 妙用旧钞 174

8 智慧促销术

- 122. 巧妙制造流行 176
- 123. 温馨推销法 177
- 124. 多角化营销 178
- 125. 利用对手的非难 179
- 126. 自揭家丑搞促销 180
- 127. 实物说服 181
- 128. 借物激欲 182
- 129. 强人所难是销售的
突破口 183

- 130. “征名”浪打浪 184
- 131. “赔本”大甩卖的烟雾 185
- 132. 电视直销 186
- 133. 销售的“核武器” 187
- 134. 新产品促销术 189
- 135. 推销员要拘小节 189
- 136. 推销工作的秘诀 191
- 137. 在“摔”、“压”、“洒”里做文章 193
- 138. 换位倒戈销售术 194
- 139. 外围销售歼灭战 195
- 140. 三角销售神秘链 196
- 141. 办公室推销 198
- 142. 第三代销售法 199
- 143. 想像力也是一种财富 200
- 144. 两头赢利 201
- 145. 抓住关键人物 202
- 146. 灵机一动 203
- 147. 对比显奇效 204
- 148. 把握商品成交的信号 204
- 149. 组合就是创造 205
- 150. 歉收五年的地方 207
- 151. 市场的行家里手 208

- 152. 机会就在眼前 209
- 153. 出口雨水赚大钱 210
- 154. 把顾客逼上梁山 211
- 155. 女人是盛钱的匣子 212
- 156. 抓住年轻一代 213
- 157. 公平交易是法宝 214
- 158. 误冲误撞成富翁 215
- 159. 创造畅销 216
- 160. 本田妙案 217
- 161. 抓住市场“牵头牛” 217
- 162. 反弹琵琶营销术 218
- 163. 商制敌国 220
- 164. 合法说谎 221
- 165. 商界鬼打鬼 222
- 166. 佛法无边、金钱
无界 223
- 167. 同步心理 224
- 168. 限时购物 225
- 169. 情感攻心术 225
- 170. 吃小亏占大利 227
- 171. 编织动人的梦幻 227
- 172. 退一步海阔天空 228

- 173. 天上也有赚钱的奥秘 230
- 174. 乐趣促销 231
- 175. 退款销售 232
- 176. 利用差别效应推销 232
- 177. 揭短销售 234
- 178. 利用观念推销 235
- 179. 行销“裸人国” 236
- 180. 稀奇古怪的念头 237
- 181. 激发购买欲 237
- 182. 无店铺营销 238
- 183. 心理促销术 239
- 184. “联销”促销术 241
- 185. “信息捕捉”促销术 242
- 186. 先尝后买推销术 243
- 187. 老鼠当推销员 244
- 188. 高价促销 245
- 189. 提价畅销 246
- 190. 巧演双簧 247
- 191. 如何有效公关 248
- 192. 如何成功谈判 253
- 193. 如何控制局面 267

9 促销成功的秘诀

- 194. 七个致富秘诀 270**
- 195. 时间就是财富 277**
- 196. 笨蛋致富的实例 280**
- 197. 起死回生的致富法 286**
- 198. 用客观的思考去看
问题 292**
- 199. 以未来感去发大财 300**

1 成功促销

1. 彻底了解你的行业

□ 浅耕等于歉收

这是在 1957 ~ 1958 年，出任美国律师公会主席来恩先生的切身经验。他对青年人的劝告是：“浅耕等于歉收！”

这句简短的话，却包含了来恩先生的奋斗经过。他是由一个农家小孩变成出色的名律师的，帮助他由农村跨到城市，再跨到名律师的宝座的，就是这么短短的六个字：“浅耕等于歉收！”

来恩刚满七岁的时候，他父亲便划定一小块田地由他去种玉蜀黍了。帮助他去耕地的是黑人农夫劳勃·汤姆生——他是梅克伦勃地方的一个最受尊敬的黑人，也是一个最好的农夫。

他站在一旁看来恩工作，自己却不动手，但他看得很细心。不仅弯下腰躯，用手指探测来恩用犁耙翻过的地方，也细细地蹲下身体去看看来恩如何使用犁耙。等来恩犁完这块田之后。他就对来恩说：

“小朋友，这块地是不是已经耕好了？”

来恩傲然答道：“当然啦，这一回是我亲自动手，今年秋天，我们就可以吃到很多很多的玉蜀黍了。”

汤姆生不客气地说道：“你这么随便翻犁种下的玉蜀黍一定是长得很不好的。第一，很难结出肥壮的包谷；第二，就算是勉强长出来了，也是淡而无味的！”

来恩真有点不明白。他问汤姆生：“叔叔，你没有看过我的玉蜀黍种子，怎么会知道一定种不好的呢？”

汤姆生笑笑说：“有经验的农夫用不着看种子，只要看你耕地的泥土就能推测所种的植物是丰收还是歉收了！”

说着，他把来恩拉到自己的身边，指着松散的泥土说：“你看，这些都耙得太浅，你的犁耙只是在地面上滑过，并没有把泥土耙翻过来。你以为只是把犁耙在地面耙一下就算是把地耕好了吗？不是的，地里的泥土没有真正掀翻，就播种了，种子抽芽的时候，他们的嫩根不能钻进下面坚硬的土地里去，不久就会萎靡地死去，或者是发育不完全的。所以我看看你所耙的土地，就能预知你的玉蜀黍一定种得很不好的了！”

“那么，我应该怎么做呢，叔叔？”来恩瞪大眼睛问道。

汤姆生说：“重新把土地犁过，越耙得深入越好！”

来恩马上站起来，拿起犁耙，默默地再把土地切切实实地犁一遍！

这一年，他的玉蜀黍长得的确很好。

由此，来恩得了一个极宝贵的经验：

“浅耕等于歉收！”

当他有机会进学校读书时，便应用了这个经验，什么事都不肯让它们在浮面滑过，一发现问题，不是向老师和同学发问，就是自己跑到图书馆去翻书，直到这问题真正获得解决为止！他在大学一二年级和法学院里，都用了这个方法，经常考取第一名。使得那些教授们都异口同声称赞他是个了不起的天才。

来恩先生大学毕业以后，便在哥伦比亚州挂牌当律师了，像他这样年轻的律师，是很不容易站得住脚的。因为大的案件，事主要选择有名气有经验的律师来处理，小的案件，事主只要把电话一拨，对熟悉的律师说一声，便可把事情办得妥妥贴贴了。几时才会找一个新开业的年轻律师哩！

来恩先生并不灰心，因为他体会到“浅耕等于歉收”的道理。他决定等候机会去深耕。不久机会来了，这是一桩别的律师不能接受的小案件。

原来有一个青年军官，花了250买了一部旧汽车，可是开了还不到40哩路，那汽车便坏了，任凭怎么修理也无法使它行走。经手的推销员拒绝负任何责任。于是那家汽车公司便向法庭起诉，要求他偿付还未付清的420车价，因为那辆汽车的价值是670美元！

那青年军官自然不甘受损，便聘请律师替他出庭辩护。但那些律师根据过去的判例，知道这个官司一定是那青年军官败诉，所以都婉谢了，不肯接受办理这件案子。那青年军官便去找这位新开业的来恩先生了。

来恩先生听完这件案子之后，便接受下来，决定明天替他出庭辩护。那军官付了手续费，欣然离开了。

来恩先生马上跑到市立图书馆，在那些厚厚的判例里翻查，把所有类似这件案子的判例都抄下来，共有270多条，然后细心研究，引用了24条。第二天，他出庭辩护。控方律师是个有经验的人，他说，他办过1000多件这样的案子，用不着审问，就可以根据以往的判例来判决，要那军官付清车价。

来恩先生指出他引证错误。把自己研究过的那条判例，一清楚说出，使得那位名律师面红耳热，最后只好承认了自己的失败。