

专业·专注·专心

许强◎编著

鞋密码

鞋业营销实战宝典

- 普通人怎样一年赚一生的工资？
- 一个人的财富（钱）到底可以从哪里来？
- 破解鞋业营销提升销量的密码，解密鞋企业快速发展之谜
- 鞋业老板、店长、销售人员必备
- 专注于鞋业营销的第一本“现学现用”书籍
- 98个现场营销情景、98个成功营销锦囊、36个历史经典谋略



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

专业·专注·专心

许强◎编著

鞋密码

鞋业营销**实****战****宝****典**



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

鞋密码: 鞋业营销实战宝典/许强编著. —广州: 中山大学出版社, 2014. 1

ISBN 978 - 7 - 306 - 04723 - 6

I. ①鞋… II. ①许… III. ①鞋—市场营销学 IV. ①F768.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 243332 号

出版人: 徐 劲

策划编辑: 曾育林

责任编辑: 曾育林

封面设计: 曾 斌

责任校对: 刘丽丽

责任技编: 黄少伟

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275

传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广州中大印刷有限公司

规 格: 787mm × 960mm 1/16 18.25 印张 320 千字

版次印次: 2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 40.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

序一 中国鞋业需要破解“鞋密码”

销售业绩超速提升一直是中国鞋业悬而未解的密码难题，为了破解这一密码，鞋业精英们呕心沥血、不懈努力。从百货模式到鞋城批发，从大卖场到城市综合体鞋店，从精品品牌专卖店到 B2C 网络购物平台，鞋业营销渠道在不断地变化，中国鞋业精英一路苦苦追寻、探秘，渴望破解销售业绩飙升的鞋密码，他们从不言败、从不放弃。

终于，在中国鞋业外部市场萎靡、出口红利减少的 2013 年，中国鞋业的经典专著《鞋密码——鞋业营销实战宝典》诞生了，它如春风般吹拂“以内为主”的中国皮革行业，为拓宽鞋业内销渠道、全面提升销售业绩破解了深藏玄机的“鞋密码”。

在新经济时代，营销书籍随处可见，但是有关鞋业的并不多见，其中有关鞋业营销的更是少之又少，所以，当《鞋密码》一书摆到我面前的时候，我既兴奋又好奇，且对其情有独钟。这不仅是因为这本书有关我为之奋斗的鞋业，也不仅仅是因为这本书能够破解销售业绩全面提升之道，而是因为这本书在鞋业遭遇低迷彷徨的时期，给了我们鞋业信心和支点。因为这本书至少有三大特质。

一、利于实战——解开了每一个鞋业销售情景的疑惑

鞋业是特色产业，关乎人类的生活。改革开放 30 多年来，鞋业市场不断扩展，年销售额可达数千亿元，中国鞋业的出口创汇，也一直居于轻工行业之首。但是，相对于这么大的行业，相关书籍却寥寥无几，况且多为理论书籍，鲜见可操作的指导营销实践的书籍。

进入“新经济”时代，鞋业营销通过“花拳绣腿”获利的时代已成过去，一切以实用、有效、做得到为基础的营销方法才是主流。《鞋密码》最显著的作用就是指导营销实战，是鞋业老板、店长及销售人员的必备实战宝典，甚至是专注于鞋业营销的第一本“现学现用”的最实用



的书籍！上编为“开鞋店必须掌握的知识和技巧”，科学地解决了开鞋店遇到的最常见最普遍的18个问题；下编为“应对销售现场情景的‘三十六法’”，用兵法解决了98个经典场景，这98个现场情景极具代表性，是鞋店在营销中常常会遇到的难以解决的问题。本书对于每个营销的现场情景都有相应的应对方法，并剖析了常见的错误应对方法。方法简明易懂，极利于鞋业营销实战。

二、相对经典——至少具有经典的品质

我喜欢《鞋密码》的那份智慧、那些战略。在看了太多功利性营销宝典、枯燥无味的“鞋革”理论书籍之后，我对《鞋密码》的谋略智慧格外喜欢。这本书没有简单的大多数人都知道的所谓营销技巧，也没有深奥难解的理论知识，更没有无谓的调侃或者缺少智慧的所谓诙谐。每个章节都是充满理性和对实用技巧的解读，每段解读都是对鞋业营销片段进行的富有智慧的梳理。

我喜欢《鞋密码》的那份深刻，这本书所讲的方法即使是那样的简明易懂，但每种方法都是古人处事智慧和现代营销策略的结晶，充满着哲学思想。从“未雨绸缪”到“先谋后战”、“悬权而动”、“践墨逐本”再到“草船借箭”、“树上开花”、“步步为营”、“围魏救赵”，每一种方法都有一个经典的历史故事，因此读完本书，不仅仅能使读者提高营销技巧，也能学到中国历史上经典的战略思想。

三、提升销量——用业绩证明你是营销天才

“卖出去才是硬道理。”没有销量就没有品牌，更没有营销天才。本书的吸引人之处还在于它破解了鞋业营销提升销量的“密码”，为鞋业销售人员提升销量找到了科学、正确的方法。

近年来，中国鞋企的品牌意识逐渐增强，想赶超跨国公司，一些国内鞋品牌迅速崛起，但是与国际品牌还有一定的距离。那么，我们如何才能找到一个让中国鞋业品牌光彩熠熠的闪光点呢？实践证明，我们必须从提升销量入手，以销量托起中国鞋业品牌。没有销量的持续、高速增长就没有一切；没有一流的营销天才，没有一流的营销方法，提升销量只能是一种幻想。恰恰，《鞋密码》致力于将鞋业市场一线打拼的销售人员打造成



营销天才，让他们用科学的方法创造非凡的业绩。

可以说《鞋密码》的魅力在于，读者每天只需花五分钟，学会一个招数，或许每天就能多卖几双鞋子，一个月内成为销售高手，业绩飙升！

其实，破解“鞋密码”，提升鞋业营销人员自身素质，提升销量，这就是《鞋密码》最实在的意义！

周德文

【周德文：著名财经作家、财经评论员、全球中小企业联盟副主席、民进中央经济委员会副主任、中国中小企业协会副会长、浙江省人大代表、温州管理科学研究院院长、温州中小企业发展促进会会长。】

序二 破译“鞋密码”

鞋店业绩飙升的奥秘是什么？

带有鞋密码的 DNA 能不能在鞋业内部复制传播？

传统鞋店身上存不存在一些共同的生存基因？

为了解开这些谜团，谭儒先生在 8 年前潜入有“中国鞋都”之称的温州，开始了破译“鞋密码”的实践活动。他先是兼任了温州管理科学研究院副院长一职，致力于温州中小企业发展的探索和研究。2007 年，他开始入驻“中国十大领先鞋王”某鞋业公司，在策划“金网工程”、“新健康主义”等营销活动的同时，奋战在北京、成都、重庆、郑州、武汉、广州、株洲、南昌等多地鞋业销售市场一线，探寻着鞋店业绩飙升的奥秘。

实践出真知。通过长时期对国内鞋业的一线调研，谭儒先生对鞋业有了许多务实的认知，并撰写了大量的有关解密鞋企快速发展之谜的文章，发表在中国顶级的鞋业刊物上，仅在检索系统“维普资讯”收录的有关鞋业的论文就达 100 多篇。他本人还因此荣获了“浙江皮革行业先进工作者”、“2010 中国十大品牌经理人”、“中国鞋都十大宣传经理”等称号。

在 8 年的实践中，谭儒先生认真记录了中国鞋业精英们提升营销业绩的许多销售片段，不断地探索鞋业营销的奥秘是什么、做什么、怎么做。最后，他将中国鞋业精英们实战经验提炼总结编写成文字，发表在鞋业媒体上，为读者了解鞋业的商业活动提供了广泛而深入的解说。

怎样卖鞋子？

怎样开鞋店？

怎样“去库存”？

怎样装点鞋店的外观？

怎样开发、维护 VIP 顾客？

谭儒有心探寻，破译了这些“鞋密码”，不定期地在网络和媒体上发



表，成为受读者欢迎和高点击率的文字。后来，谭儒将自己在实践中的认知和对中国鞋业精英们提升营销业绩的方法和记录，编写成了鞋业营销专著——《鞋密码》，读后让人受益匪浅。我认为，本书不仅对鞋业营销的诀窍给予了广泛而深刻的诠释，而且对鞋业营销一线的现状、问题、对策等进行了独特的剖析。本书上编科学地解决了开鞋店遇到的最常见的 18 个问题，下编对鞋业营销极具代表性的 98 个现场情景，提供了“36 法”和 98 个成功的营销锦囊。这对鞋业的业绩提升一定是有帮助的。同时，本书通俗易懂，简单实用，还收藏 38 个中国历史的经典谋略故事，益智溢利，只要读者在休闲之余记上一两条本书破译的“鞋密码”，相信在销售中一定会使销售业绩有意想不到地稳步上升。因为《鞋密码》具备了三个特点：

1. 书中所有的营销方法不是没有根据的，而是都来自于实践。
 2. 书中破译的“鞋密码”都得到了实践的检验，很实用。
 3. 《鞋密码》是作者深入鞋业营销一线探索了 8 年得到的经验。
- 好的作品是需要分享的，分享本书，收获幸福！

主力传媒有限公司董事长、中国鞋业营销俱乐部主任：

2013 年 9 月 28 日

目 录

上编 开鞋店必须掌握的知识 and 技巧

一、普通人怎样一年赚一生的工资	3
二、普通人创业怎样避免失败	4
三、怎样找店铺开鞋店	6
四、怎样为店铺“把脉”	9
五、租店铺怎样才能稳操胜券	11
六、怎样与店铺房东谈判、签协议	15
七、怎样装点鞋店的外观	17
八、怎样在鞋店设计中运用色彩	20
九、怎样让鞋店空间妙趣横生	23
十、怎样让鞋店的灯光更有用	27
十一、怎样让鞋店的气氛吸引顾客	29
十二、怎样把鞋店陈列得更科学	32
十三、鞋子搭配需要掌握的原则	35
十四、加盟商怎样抗击“去加盟化”	37
十五、怎样保证与顾客买卖成交	41
十六、怎样开发和维护VIP顾客	47
十七、怎样应对顾客的投诉	50
十八、导购员怎样进行文明导购	54



下编 应对销售现场情景的“三十六法”

第一章 顾客进门过程出现的问题及解决方法	69
第一法 未雨绸缪	69
现场情景 1: 一大早, 客人还没有到, 店里冷清清的。	70
现场情景 2: 忙了很久, 还没有卖出一双鞋子, 顾客越来越少了。	72
第二法 先谋后战	76
现场情景 3: 顾客进店后, 冷冷地看货, 一言不发。	76
现场情景 4: 顾客结伴进店, 相互交流, 并没有买鞋的意思。	79
第三法 打草惊蛇	83
现场情景 5: 顾客进店后, 一副高傲的神态, 看看就走。	83
现场情景 6: 导购员很热情, 可顾客很冷淡。	83
第四法 悬权而动	87
现场情景 7: 鞋店搞促销活动, 顾客很多, 对陈列的鞋子试过乱放。	87
现场情景 8: 顾客一拥而上, 导购员不知接待谁好。	89
第五法 抛砖引玉	92
现场情景 9: 顾客不以为然地说: “卖鞋子的都说自己的鞋子好, 其实不见得有多好。”	92
现场情景 10: 顾客很仔细地看店里的鞋子, 不屑地说: “没有 听说过你们的牌子。”	95
第六法 践墨逐本	98
现场情景 11: 鞋店搞打折促销活动, 顾客依然抱怨打折力度 不够, 说: “网购打的折比你们多多了。”	98
现场情景 12: 顾客认定特价品有质量问题, 理由是没有问题 为什么便宜卖。	100
第二章 鞋子试穿阶段出现的问题及解决方法	103
第七法 欲擒故纵	103
现场情景 13: 顾客反复试穿一双鞋子, 觉得不错, 但迟迟不买。	104



现场情景 14: 顾客对几种款式的鞋子爱不释手, 就是不买。	104
第八法 瞒天过海	107
现场情景 15: 顾客选上了一款 PU 鞋问: “这款鞋是皮的吗?”	108
现场情景 16: 顾客选上了一款 PU 鞋问: “这鞋的皮怎么这么硬?”	108
现场情景 17: 顾客说: “我只买皮鞋, 不买革鞋, 革鞋显得没有档次。”	110
第九法 无中生有	112
现场情景 18: 顾客说: “你们的鞋子款式还不错, 可没有我想要的颜色呀!”	113
现场情景 19: 顾客说: “你们的鞋子款式太少了, 没有什么可挑的了。”	114
第十法 草船借箭	117
现场情景 20: 顾客提出了一些专业的问题, 新来的导购员无从回答。	117
现场情景 21: 顾客要求导购员推荐几双鞋, 遇到的却是新来的导购员。	117
现场情景 22: 顾客漠视鞋店的鞋, 同伴却有欣赏的眼光。	119
第十一法 因势利导	122
现场情景 23: 顾客穿起来很好看, 却说自己穿这鞋子不好看。	123
现场情景 24: 顾客对推荐的鞋爱不释手, 但不下手买。	123
现场情景 25: 顾客喜欢一双鞋, 却说: “同事有, 不想和她撞车。”	125
现场情景 26: 顾客说: “这款鞋子还行, 就是太大众化了。”	125
第十二法 树上开花	127
现场情景 27: 顾客说: “算了吧, 我不买革鞋, 革鞋显得没有档次。”	128
现场情景 28: 顾客说: “这款鞋子不像是真皮的, 我不买了。”	128
现场情景 29: 顾客试穿鞋后说: “我穿这类鞋子不合适。”	130



现场情景 30: 顾客说: “还是算了, 我穿上显得很土。”	130
第三章 谈判阶段出现的问题及解决方法	132
第十三法 假痴不癫	132
现场情景 31: 顾客对鞋品的知识略知一二, 却又喜欢一瓶不满半瓶摇, 说: “你们的鞋子好难看, 鞋楦有问题吧?”	133
现场情景 32: 顾客问导购员: “你们的鞋子与×××品牌相比, 哪个更好?”	135
第十四法 步步为营	137
现场情景 33: 顾客看上了一款鞋, 为了争取打折, 挑出这款鞋子的许多毛病。	137
现场情景 34: 明明是刚上架的新款, 顾客却非要说是去年的过季旧款, 要求打折。	140
现场情景 35: 顾客很喜欢新款鞋的时尚, 却说不流行, 要求打折。	140
第十五法 围魏救赵	142
现场情景 36: 顾客很内行, 对鞋店的鞋子品头论足: “你们的鞋子好难看呀!”	143
现场情景 37: 顾客说: “你们的礼品袋颜色太难看, 没有××的礼品袋好看。”	143
现场情景 38: 顾客说: “买鞋子, 还是××的品牌好, 我一般都去他们店买鞋子。”	145
第十六法 愚公移山	147
现场情景 39: 顾客很难缠, 不断地挑毛病, 不断地提要求。	148
现场情景 40: 没能满足顾客要求, 顾客立刻给导购员脸色看。	148
现场情景 41: 听完导购员介绍后, 顾客什么也不说, 转身就走。	150
现场情景 42: 顾客看了一遍鞋子, 什么都不说, 转身就走。	150
第十七法 声东击西	153
现场情景 43: 顾客在鞋店里一脸茫然, 问: “现在品牌太多了, 不知买哪个好。”	154



现场情景 44: 顾客说:“你们鞋店的鞋子好像都是一样的,没什么可选的。”	154
现场情景 45: 顾客拿起一款鞋看了很久,对店主说:“你们的鞋子不是真皮的吧?我不买。”	157
第十八法 锦上添花	159
现场情景 46: 顾客对鞋子很满意,却说:“到别处看看。”	160
现场情景 47: 顾客停留了很久,对一款鞋爱不释手,但就是不下手买。	160
现场情景 48: 顾客喜欢一款鞋,为了验证鞋子质量,用力扳鞋跟或扯鞋面。	162
第四章 鞋子销售出现的价格异议及解决方法	165
第十九法 上屋抽梯	165
现场情景 49: 顾客看上了不打折的鞋子,问:“小姐,这双鞋打几折?”	166
现场情景 50: 顾客看上了不打折的鞋子,问:“小姐,我买三双,你给我几折优惠?”	166
现场情景 51: 顾客很精明,问:“我想以相对便宜的价格买一双好鞋,有吗?”	168
第二十法 画龙点睛	171
现场情景 52: 鞋子款式、做工等方面都让顾客满意,但是顾客一直说价格高了。	172
现场情景 53: 顾客喜欢消费我们的鞋,却抱怨道:“你们这里的鞋子价格很贵啊!”	172
现场情景 54: 顾客试穿鞋很满意,但非要打八折,而这款鞋是不能打折的。	174
第二十一法 择人任势	177
现场情景 55: 顾客喜欢上一款鞋,可陪伴者说:“太贵了,再到别的地方转转看。”	178
现场情景 56: 陪伴者为顾客推荐了一款鞋,可顾客却说:“这家店的鞋子价格好贵啊!”	178
现场情景 57: 顾客称认识鞋店老板,要求再优惠点。	180



第二十二法 偷梁换柱	183
现场情景 58: 顾客看上一款鞋, 来店好几次, 说是再便宜点他就买了。	184
现场情景 59: 顾客喜欢一双鞋, 坚决要求便宜 30 元。	184
现场情景 60: 顾客对一款 PU 女鞋爱不释手, 却因材质要求降价: “这鞋是人造革的, 为什么卖这么贵呀?”	186
第二十三法 调虎离山	189
现场情景 61: 邻居店有一款鞋子和我们的一模一样, 价格也便宜。顾客喜欢我们的却因此要求打折。	190
现场情景 62: 顾客说: “你们品牌的知名度和 × × 品牌差不多, 为什么价格却高得多?”	190
现场情景 63: 顾客说: “我给你介绍新客户买你们的鞋子, 但你要给我一个特别的折扣。”	192
第二十四法 一箭双雕	195
现场情景 64: 顾客对导购员说: “你都没给我打折, 零头就算啦, 下次生意嘛。”	196
现场情景 65: 顾客买了鞋子, 要求鞋店赠送模特身上戴的饰品。	197
现场情景 66: 顾客说: “人家国际品牌都打七折呢, 你们为什么打八折?”	199
第五章 成交阶段、售后投诉的常见问题及解决方法	201
第二十五法 群策群力	201
现场情景 67: 顾客看上了一款鞋, 刚准备付钱买, 同伴却摇摇头说: “我觉得一般, 还是先到别的地方逛逛看。”	202
现场情景 68: 顾客来选鞋, 带来了许多帮手, 七嘴八舌, 意见不统一。	204
第二十六法 顺手牵羊	207
现场情景 69: 顾客结伴来买鞋, 顾客对鞋子不感冒, 顾客的同伴却试穿不错。	208
现场情景 70: 鞋店刚进一批鞋很好卖, 却抑制了老款鞋的销售, 老款鞋折扣再多还是不好卖。	210



第二十七法 快刀斩麻	213
现场情景 71: 顾客气势汹汹地找到鞋店, 怒说: “我刚买了的鞋子你们就打折, 你们要赔补差价。”	214
现场情景 72: 顾客刚买了一款鞋, 没过两天打折了, 埋怨贵宾卡优惠力度还不如折扣的大, 要求补差价。	214
现场情景 73: 鞋子没有质量问题, 顾客却要求退换, 影响了鞋店的销售。	216
现场情景 74: 顾客买的鞋子在包退期, 但小票遗失却坚持要求退货。	218
第二十八法 借尸还魂	221
现场情景 75: 鞋店库存越来越多, 不断加大打折促销力度还是不能快速消化库存, 许多鞋子在仓库躺了好几年了。	222
现场情景 76: 鞋子已超过退货期, 但还没有穿过, 顾客要求退货。	223
现场情景 77: 顾客买的鞋子穿了七天后, 发现颜色暗淡坚持要求退货。	225
第六章 售后服务、维修的常见问题及解决方法	228
第二十九法 以退为进	228
现场情景 78: 顾客想买一双鞋, 却斤斤计较, 麻烦不断, 要求这要求那, 令人厌烦, 仿佛整个鞋店是为他一个人开的。	229
现场情景 79: 顾客回去后发现新鞋有掉漆现象, 要求退货。	231
现场情景 80: 在包退期内, 顾客穿的新鞋开裂, 要求退货。	231
现场情景 81: 在包退期内, 顾客穿的新鞋褪色, 要求退货。	231
第三十法 取长补短	235
现场情景 82: 顾客拿了一双鞋退换, 对处理有异议: “我拿来的鞋是 286 元, 你们换给我的鞋是 268 元, 你们应该补还差价。”	236
现场情景 83: 顾客找一点小毛病就要求退换穿过的鞋子, 并威胁不退换就不离开。	237
第三十一法 势险节短	241
现场情景 84: 顾客担忧: “你们这里有什么质量保证吗?”	242
现场情景 85: 顾客问: “如果不合脚, 我可以拿来换吗?”	242



现场情景 86: 顾客拿来一双鞋, 在三包时间内, 愤愤地说: “我对你们已经没有信心, 我要求退款。”	244
第三十二法 因地制宜	247
现场情景 87: 顾客拿来了一双翻绒皮皮鞋问: “你们的翻绒皮皮鞋, 这么容易粘灰, 不好打理。怎么办呀?”	248
现场情景 88: 顾客拿来了一双皮鞋很愤怒地说: “我这鞋买回来才一个多星期就脱胶了, 你们得给我换一双。”	250
第三十三法 李代桃僵	252
现场情景 89: 过了三包期, 顾客拿来了一双鞋非要换: “你们不换, 我每天都来, 反正我有的是时间。”	253
现场情景 90: 顾客拿来一双有明显水渍痕迹的皮鞋要求退换, 高喊: “小姐, 我这鞋漏水, 给我换一双。”	254
第三十四法 相濡以沫	257
现场情景 91: 收集 VIP 顾客资料时, 请顾客登记, 顾客却担心说: “这上面还要填地址和联系方式, 还要填生日, 这么隐私的东西, 我怎么能填啊!”	258
现场情景 92: 鞋店搞促销, 顾客提意见: “我是 VIP 顾客, 为什么我和他们享受的优惠都是一样的呀?”	260
第三十五法 金蝉脱壳	263
现场情景 93: 顾客买了一双鞋, 却担心地问: “我是 ×× (地方) 的, 离这里很远, 以后若出现质量问题, 那怎么办?”	264
现场情景 94: 顾客气冲冲地把一双鞋丢给导购员, 说: “我花几百元买来的鞋, 才穿半个月就出问题了, 你看怎么办吧?”	265
现场情景 95: 顾客到鞋店发难: “你们说你们的鞋多好多好, 可才穿了一个月就出问题了, 你看怎么办吧?”	265
第三十六法 反客为主	268
现场情景 96: VIP 顾客过生日, 专门到鞋店来消费。	269
现场情景 97: VIP 顾客在国庆节, 专门到鞋店来消费。	269
现场情景 98: 导购员电话邀约 VIP 顾客来店, VIP 顾客借口推诿。	270
后 记	274

上
编

开鞋店必须掌握的知识 and 技巧