

<<经商不求人:告诉你最简单最有效的赚钱>>

图书基本信息

书名：<<经商不求人:告诉你最简单最有效的赚钱方法>>

13位ISBN编号：9787507408775

10位ISBN编号：7507408779

出版时间：1997-01

出版时间：中国城市出版社

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

书籍目录

目录

第一章 教你入行做生意

- 1.何谓生意
- 2.怎样才算做成生意
- 3.商品的价值与价格
- 4.人们的购买动机
- 5.顾客的需要与需求
- 6.公司的形象与信用
- 7.市场的营销与销售
- 8.经商不要入错行
- 9.识那行做那行
- 10.入错行怎么办
- 11.入行三件事
- 12.先效仿后超越
- 13.与同行竞争的良策
- 14.多进行市场分析
- 15.生意失败的主要原因
- 16.做生意必须懂的几个问题

第二章 生意兴隆的秘诀

- 1.商店兴隆七秘诀
- 2.经商战略三十条
- 3.服务第一销售第二
- 4.不要想独占顾客
- 5.让老顾客带来新顾客
- 6.卖方必须是买方的掌柜
- 7.卖货品要像嫁女儿
- 8.向经销商请教
- 9.作广告使顾客认识产品
- 10.使先买的人觉得伟大
- 11.每天都要有新信用
- 12.缺货也能提高信誉
- 13.附加“灵魂”的价格
- 14.利用不景气打天下
- 15.百分之百在自己
- 16.抢先一步是成功的捷径
- 17.维持二十四小时的危机感
- 18.提倡水坝式经营法
- 19.大众永远是对的
- 20.大胆计划小心执行

第三章 开店的方法与策略

- 1.开店前的市场调查
- 2.商店位置的选择
- 3.商店的组织结构
- 4.进货与订货的技巧
- 5.商品订价应考虑的事项

<<经商不求人:告诉你最简单最有效的赚钱>>

- 6.商品陈列的方法及数量
- 7.商品损失的发现防止和处理
- 8.控制商店经费的六项要点
- 9.顾客上门术
- 10.每日开店前与闭店后应做的工作
- 11.提高“店誉”的方法
- 12.小商店如何与大百货公司竞争

第四章 诱导顾客购买之法

- 1.意向引导成交法
- 2.步步为营成交法
- 3.用途示范成交法
- 4.理论说明成交法
- 5.隔靴搔痒成交法
- 6.不断追问成交法
- 7.加压方式成交法
- 8.冷谈方式成交法
- 9.选择方式成交法
- 10.诱导方式成交法
- 11.机率方式成交法
- 12.抓住习惯成交法
- 13.携带方式成交法
- 14.变换语气成交法
- 15.为他着想成交法
- 16.形式变化成交法
- 17.“假败方式”成交法
- 18.“对抗方式”成交法

第五章 对待不想购买顾客之法

- 1.对待我要走了的顾客
- 2.对待没有主见的顾客
- 3.对待现在不买的顾客
- 4.对待还没有决定的顾客
- 5.对待到别处去看看再说的顾客
- 6.对待“如果是××公司，我就买”的顾客
- 7.对待“我这么老了，要这有什么用”的顾客
- 8.对待有急事的顾客
- 9.对待已经买过商品的顾客
- 10.对待还没考虑购物的顾客
- 11.对待觉得价格高的顾客
- 12.对待“为什么认为我非买不可”的顾客
- 13.对待买不起的顾客
- 14.对待“我刚结婚”的顾客
- 15.对待需向经理请示或与律师商谈的顾客

第六章 第一流的促销法

- 1.情感促销法
- 2.顾客档案法
- 3.特定顾客法
- 4.名人效应法

- 5.返朴归真法
- 6.随购赠礼法
- 7.绿色食品法
- 8.情侣商品法
- 9.反时令销售法
- 10.商品保险法
- 11.改进包装法
- 12.以旧换新法
- 13.退换商品法
- 14.悬赏损劣法
- 15.数量限购法
- 16.名牌效应法
- 17.九九尾数法
- 18.公开拍卖法
- 19.以货易货法
- 20.仓库售货法

第七章 买卖谈判的技巧

- 1.谈判成功的基础是什么
- 2.怎样讲好开场白
- 3.说服对手的方法
- 4.迅速达成协议的技巧
- 5.谈判中提问的原则
- 6.谈判中提问的技巧
- 7.谈判中答话的技巧
- 8.最后期限的力量
- 9.丝毫无损的让步
- 10.谨防混水摸鱼
- 11.掌握谈判议程
- 12.以退为进的战术
- 13.有限制才有权力
- 14.拒绝对方的艺术
- 15.步步为营的战术
- 16.谈判中“换档”战术
- 17.投石问路的策略
- 18.制造短暂的烟幕
- 19.先买再谈的方法
- 20.寻找替代的方法

第八章 怎样运用广告战术

- 1.怎样制作广告
- 2.广告宣传怎样才算成功
- 3.广告制作要遵循哪些原则
- 4.商业广告的四种类别
- 5.商业广告的四种主要媒体
- 6.商品包装广告有什么特点
- 7.如何搞好橱窗广告
- 8.如何悬挂招牌广告
- 9.广告宣传中怎样以退为进

- 10.怎样制造轰动效应
- 11.怎样使公众坚信不疑
- 12.怎样转患为利
- 13.怎样制造新闻
- 14.如何借助名人来扩大影响
- 15.如何运用幽默广告
- 16.广告如何打破常规
- 17.如何运用广告寻找新市场
- 18.广告宣传如何使人真假难辨
- 19.如何运用“活广告”做宣传
- 20.广告创意10招

第九章 如何使用公关艺术

- 1.公关小姐 = 礼仪小姐吗
- 2.公关人员是“烟酒大使”吗
- 3.公关工作究竟能做些什么
- 4.公关活动主要有哪些方式
- 5.公关语言有哪些特点
- 6.在女士面前如何显得风度出众
- 7.涉外公关要注意哪些礼仪
- 8.一个公关人员日常要做哪些工作
- 9.公关活动要选择什么样的传播媒介
- 10.公关策划怎样才能扣人心弦
- 11.公关策划如何做到别出心裁
- 12.怎样做好接待工作
- 13.怎样安排会见与会谈
- 14.怎样与记者打交道
- 15.怎样写新闻稿
- 16.怎样组织记者招待会
- 17.怎样组织现场参观
- 18.怎样举办和参加展览会
- 19.怎样举行签字仪式
- 20.怎样准备一份恰当的礼物
- 21.宴请有什么学问
- 22.“最佳公关”佳在哪里
- 23.“最糟公关”糟在何处

第十章 投资与理财的技巧

- 1.企业资本金如何分类
- 2.企业资本金如何取得
- 3.企业筹集资本金应当符合哪些要求
- 4.怎样寻找合适的投资方向
- 5.怎样掌握借贷的主动权
- 6.怎样申请银行贷款
- 7.资金的最佳运用有什么窍门
- 8.投资有哪些风险
- 9.如何降低投资风险
- 10.影响盈利的因素有哪些
- 11.独资经营有什么优点

12. 合伙经营要注意什么
13. 做生意要如何发展
14. 多种经营有何魅力
15. 固定资产有何特征
16. 流动资产包括的内容及特征
17. 什么是成本和费用
18. 怎样降低成本
19. 怎样管理资金
20. 怎样催收烂帐
21. 什么是营业收入包括哪些内容
22. 利润总额包括哪些内容如何计算

第十一章 老板用人的绝招

1. 要充分相信部下
2. 宽容能使部下产生干劲
3. 教育部下懂得基本礼仪
4. 平时必须善待部下
5. 最重要的是培养部下的人品
6. 要尽可能给予部下权力
7. 要鼓励自认为无能的部下
8. 赞扬能使部下努力工作
9. 批评方法要因人而异
10. 不能无视部下的浪费与怠工
11. 要注意下达命令的方法
12. 不要对不满的部下妥协
13. 不能让部下为所欲为
14. 要敢于调教棘手的部下
15. 学会与难以管理的部下共存
16. 要利用有靠山的部下
17. 对有优越感的部下要区别对待
18. 要特别注意与部下的谈话方式
19. 要让部下遵守竞争的原则
20. 让部下掌握接受命令的方法
21. 理解部下虚心接受他们的意见
22. 要把功劳让给部下
23. 不能满足部下对自己的忠诚

第十二章 树立企业形象的要术

1. 什么是企业形象
2. 什么是信赖和好感
3. 什么是CI策划
4. 什么是CIS战略
5. 企业形象发展的四个阶段
6. 企业形象有何价值
7. 企业形象的三大效果
8. 企业形象对企业有何作用
9. 企业形象的传播手段
10. 口号 喊出了企业形象
11. 企业的电话号码与企业形象的关系

- 12.企业的建筑物与企业形象有何关系
- 13.如何确定企业名称
- 14.如何设计企业标志
- 15.正大集团的标志是什么含义
- 16.企业标志和商品标志有何价值
- 17.树立企业形象的第一步骤
- 18.树立企业形象的第二步骤
- 19.树立企业形象的第三步骤
- 20.日本富士胶片公司是如何树立企业形象的

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>