

<<卖好>>

图书基本信息

书名：<<卖好>>

13位ISBN编号：9787542619792

10位ISBN编号：7542619799

出版时间：2005-5-1

出版时间：上海三联书店

作者：李践,张艳萍,张晓岚

页数：240

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>

## <<卖好>>

### 前言

走遍大街小巷，叫卖声不绝于耳。  
中国已经变成了一个大卖场。

然而一个“卖”字，难倒了多少英雄豪杰；一个“卖”字凝聚着多少成败悲欢。

“卖”尚且不容易，“卖好”也就更难。

走进书店，营销之类的论著满眼皆是。

打开书本，不是相互雷同，就是云里雾里，一片茫然。

究其原因，大多纸上谈兵，缺少血里火里的实战。

《卖好》不是理论书，而是实战经验的总结。

这些经验，来自于一个叫“风驰”的传媒企业。

他们不仅成为卖场中的传奇：十年来使资产增值了1500倍，从20万增加到3个亿；他们还为企业在卖场中打拼：在他们服务过的3000户客户反馈中，提升销售15%以上，总有效率达到95.4%；其中345家企业销售业绩提升45%。

## <<卖好>>

### 内容概要

《卖好（中国本土实战的七种武器）》就营销的市场准备、方法组合、市场定位、卖点分析、客户服务、品牌塑造、公关促销等方面的知识与经验浓缩、融合、总结出的一套简单、实用、可操作的营销方法。

是一套从实践中总结出来的简明、易懂、解渴的理论；这是一组简单、实用、易操作的方法；这是风驰视为企业生命的切实有效的营销解决方案。

## 作者简介

李践，中国企业家教练，香港李嘉诚TOM户外传媒集团总裁。  
1992年——用20万元创建了昆明风驰广告公司。  
在他的领导下，企业资产十年间增长了1500倍。  
1995年——仅三年时间，使公司成为西部12个省区广告业第一名。  
2000年——成为中国广告业盈利最高的公司之一。  
2002年——在全国10万家企业中跃升为中国广告业第7名。  
2004年——在他的影响下，风驰公司先后培养出了77位总经理，290位专家，造就了56位百万富翁，股东回报率高达292倍。  
他是一位真正用行动实践着“成功必定有方法、失败必定有原因”的智者。  
用行动书写着自己生命中的每一天，他的培训及出版的书籍《做自己想做的事》、《又赚钱又快乐》、《开源节流》、《赢家策略》、《有效提升销售的十二大黄金法则》、《假如今天是我生命中的最后一天》、《卖好》影响了上百万人次。  
荣获中国最具影响力的十大培训师称号，被中国四大演说家彭清一教授誉为“当代最付出、最有激情、最以身作则、知行合一的真正演讲家”。  
被学员亲切地称为“一位改变无数企业及个人命运的人生导师、一位言行一致、策略制胜的实践家”。

张艳萍，TOM户外传媒集团昆明风驰传媒有限公司总经理。  
1996年——加盟风驰，从普通营销人员逐步发展、历任项目经理、部门经理、品牌经理、品牌总监、副总经理等职。  
2002年——被评选为昆明市特劳动模范。  
2003年——出任风驰传媒有限公司总经理。  
2004年——先后被评选为云南省民营科技优秀企业家、中国优秀民营科技企业家。  
2005年——被评为入选中国最具影响力的100位广告经理人，同年被评为云南省第18届劳动模范。

张晓岚，原为昆明风驰传媒有限公司创意副总经理，现为张晓岚营销策划中心总经理。  
曾被中国广告协会评为“中国杰出广告人”，被《中国广告导报》评为“最有影响力的广告人”。  
曾任中国首届网络广告大赛评委、天津广告节青年广告人创意大赛评委，中国台湾《中国时报》金犊奖评委会副主席。  
其广告作品多次在国内外获得大奖。

## &lt;&lt;卖好&gt;&gt;

## 书籍目录

序总论：企业成功，需要&ldquo;卖好&rdquo;&ldquo;营销&rdquo;说什么？  
&ldquo;营销&rdquo;的根&ldquo;营销&rdquo;走过的路企业：生存，还是死亡？  
《卖好》为企业创造未来PART &ldquo;卖好&rdquo;的七个步骤&ldquo;卖好&rdquo;的七个关键步骤&ldquo;卖&rdquo;的调查寻找&ldquo;卖好&rdquo;的机会认准&ldquo;卖&rdquo;给谁产品服务的市场定位订立&ldquo;卖好&rdquo;的业绩目标&ldquo;卖好&rdquo;的方法组合&ldquo;卖好&rdquo;的评估方法PART &ldquo;卖好&rdquo;的方法组合第一节：卖掉&ne;卖好第二节：教你找到消费者第三节：&ldquo;卖好&rdquo;的4P组合与4C组合第四节：未来消费者需求的五大发展趋势第五节：&ldquo;卖好&rdquo;的4P方法组合PART &ldquo;卖好&rdquo;，首先找准&ldquo;定位&rdquo;第一节：改变全世界的&ldquo;卖好&rdquo;理论第二节：什么是定位第三节：为什么要定位解析消费者五大心智模式市场状况供大于求、坚持定位超越竞争第四节：&ldquo;卖好&rdquo;定位的四大步骤第五节：&ldquo;卖好&rdquo;定位的方法第六节：&ldquo;卖好&rdquo;常用的九种定位技巧PART &ldquo;卖好&rdquo;，要有&ldquo;卖点&rdquo;第一节：&ldquo;卖点&rdquo;是什么第二节：透视&ldquo;卖点&rdquo;特征第三节：挖掘&ldquo;卖点&rdquo;的三个黄金法则第四节：成功品牌如何&ldquo;卖好&rdquo;第五节：&ldquo;卖点&rdquo;成功的四大秘诀PART &ldquo;卖好&rdquo;，要卖给大客户第一节：企业最想卖给谁？  
&mdash;&mdash;大客户什么是客户实施&ldquo;卖好&rdquo;的大客户&hellip;&hellip;PART &ldquo;卖好&rdquo;，要有&ldquo;卖相&rdquo;PART &ldquo;卖好&rdquo;，要&ldquo;四两拨千斤&rdquo;结语：《卖好》将让我们走得更好风驰人认同的营销观点后记学员反馈意见

<<卖好>>

编辑推荐

《卖好（中国本土实战的七种武器）》浓缩了风驰传媒定位市场、塑造品牌等商场作战中的经验，如果你先睹，这将使你更快迈向成功。  
渴望在市场中致胜的人，一定会在书中找到解决问题的方法，一定会在实际运用中产生意想不到的效益。

这是风驰资产在十年间由20万增至3个亿的营销实战经验结晶。

这是经过演讲产生强烈社会反响的营销课程实录。

这是听课学员用实践证明的真正管用的营销方法。

这是亲身实践的理论总结与案例分享。

这是继发行上百万册的畅销书《做自己想做人》之后，李践携同仁推出的又一力作。

<<卖好>>

#### 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>