

<<推销活用36计>>

图书基本信息

书名：<<推销活用36计>>

13位ISBN编号：9787802076471

10位ISBN编号：7802076471

出版时间：2006-8

出版时间：经济管理出版社

作者：张彦军

页数：261

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>

## <<推销活用36计>>

### 内容概要

推销正日益成为一个竞争激烈的行业，卓有成效的推销员往往也是最优秀的商业人才。

如果想在推销行业中表现得出类拔萃，那就不仅要吃苦肯干，还要有谋略，精于推销技巧。

同是推销员，有人整日奔走于高楼大厦之间，满身汗水，费尽唇舌，却只能拿到薄的薪水；而有些推销员大不一样，他们衣着华贵，身价百万，不必承受奔波之苦，就能轻松开展各种业务。

是什么原因造成如此大的差异呢？

答案是谋略和技巧。

推销不仅是一项事业，更是一生存艺术。

《三十六计》是中华民族古老的兵法智慧，而《推销活用36计》则让这种古老的智慧结晶在推销领域重新焕发出了光彩。

本书将大量巧妙而又具有实战性的推销故事融入《三十计》之中并呈献给大家，同时，对每条计策和故事都进行了点评，希望读者事来更多启悟，使你在身临其境的感觉中领略“三十六计”的精髓，从而掌握高超的推销技巧，做个无往而不胜的推销高手。

## &lt;&lt;推销活用36计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一计 瞒天过海 - - 必要时示假隐真才能出奇制胜第二计 围魏救赵 - - 以攻击对方要害来为自己解围第三计 借刀杀人 - - 借他人之力为我所用第四计 以逸待劳 - - 与其仓促应战, 不如以静制动第五计 趁火打劫 - - 把握住最佳推销时机, 就势取胜第六计 声东击西 - - 巧设疑阵可以以弱胜强第七计 无中生有 - - 为脱困境不妨凭空造“势”第八计 暗度陈仓 - - 以精彩的假动作来为推销做掩护第九计 隔岸观火 - - 静观其变、伺机取利的策略第十计 笑里藏刀 - - 解除对方警惕才能一举得胜第十一计 李代桃僵 - - 以小换大是一种明智之举第十二计 顺手牵羊 - - 不弃小利才能得大利第十三计 打草惊蛇 - - 摸清虚实, 做事才更有把握第十四计 借尸还魂 - - 找到一个全新的切入点才能柳暗花明第十五计 调虎离山 - - 通过调动对手来化不利为有利第十六计 欲擒故纵 - - 欲进先退是最好的进攻策略第十七计 抛砖引玉 - - 以小博大的推销技巧第十八计 擒贼擒王 - - 抓住关键, 推销就会事半功倍第十九计 釜底抽薪 - - 抓住关键点才能彻底解决问题第二十计 浑水摸鱼 - - 混乱就是最大的可乘之机第二十一计 金蝉脱壳 - - 先摆脱困境再解决问题第二十二计 关门捉贼 - - 先围后打, 出手才会有失第二十三计 远交近攻 - - 先分化对手, 然后再逐个击破第二十四计 假道伐虢 - - 找个完美的借口对客户明助暗夺第二十五计 偷梁换柱 - - 巧妙变换内容才能控制对方第二十六计 指桑骂槐 - - 以迂求直的推销策略第二十七计 假痴不癫 - - 隐态藏锋, 方能出奇制胜第二十八计 上屋抽梯 - - 用小利将对手引入没有退路的境地第二十九计 树上开花 - - 虚张声势是成功推销的助动力第三十计 反客为主 - - 会钻空子才能在推销中变被动为主动第三十一计 美人计 - - 投其所好才能将对方掌握手中第三十二计 空城计 - - 以虚示敌的疑兵之计第三十三计 反间计 - - 以假制假的积极应变术第三十四计 苦肉计 - - 自我伤害去取信于敌第三十五计 连环计 - - 巧设连环机关的擒敌之计第三十六计 走为上 - - 必要时采取以退为进的推销策略

## &lt;&lt;推销活用36计&gt;&gt;

## 章节摘录

以涨代降 变假为真 在推销手段里，最常用的就是“挥泪大甩卖”，不过这种事情见得多了，不管商家是真“出血”还是假“跳楼”，大多数消费者都不太买账。

下面我们来看一个与众不同的推销故事，故事的主人公正是用“瞒天过海”的奇思妙想来推销商品的。

上海繁华的南京路上，有个生产经营服装的私人企业家王某开设的经销店，门面不大，生意也不怎么兴隆，为打破这个不温不火的局面，王某专门聘请了高级设计师，经过精心设计的世界最新流行款式的牛仔服上市销售了。

他对这一产品寄予了很大希望，企盼一举改变自己经营不景气的状况。

为此，他投入了万元的资金，首批生产了1000件，每件成本为56元，基于打开市场的需要，他采取了底额定价策略，把每件定价为80元，这在服装定价中算是比较低了。

王某心想，凭着新颖的款式和低廉的价格，一定会赚个“开门红”。

他亲自出阵指挥，大张旗鼓地叫卖了半个月，购买者却寥寥无几。

急昏了头的王某铁下一条心来，每件降价10元销售，又呼天喊地叫卖了半个月，购买者却仍不见多。

难道人们还嫌贵？王某又降低了10元钱的价格，这可接近于跳楼价了，但销售状况仍是“外甥打灯笼——照旧”。

向来不服输的王某，这时顾不得那么多了，干脆大甩卖吧，否则资金压着，无法正常周转，就会错过换季的好机会了，于是他贴出告示，每件50元，工本费都不要了，实行赔本清仓，可除了不少看客外，连原来还有几个顾客也都走光了。

彻底绝望的王某自认倒霉，索性也不再降低价和叫卖了，他让人在店前挂出“本店销售世界最新款式牛仔服，每件40元”的广告牌，对于能否销售出去只好听天由命了。

在繁华的南京路上，有这么便宜的东西，也真是少见，希望顾客们可怜一把。

广告牌挂出去后，陆陆续续来了不少购买者，兴致盎然地挑起来。

王某这回可傻了，呆若木鸡地立在一旁。

原来，他的店员一时粗心大意，在40后多加了个0，这样每件40元就变成了400元了，价格一下子高出10倍，购买者反倒一拥而上，不一会儿的工夫，倒还真卖出七八件，而且随后的销售状况是越来越好，“芝麻开花节节高”，生意空前的兴隆。

一个月过去了，他的1000件牛仔服已经全部销售一空。

差点连血本都亏掉的王某，转瞬之间发了横财。

在采取低廉定价法让王某一筹莫展的情况下，为什么意外导致的高价反而让王某扭转乾坤、赚取了高出原来预期10倍的利润呢？原来这是消费者的购买心理在起作用，王某的世界最新款牛仔装的主要销售对象是那些爱赶时髦的年轻人，他们的购买心理是讲究商品的上档次、高质量和时髦新颖。

对服装的需求不仅既讲求时新，而且又讲求派头，以满足自己的虚荣心和爱美之心。

虽然王某的牛仔服款式新，但因为开始定价太低，他们便误以为价低则质次，穿到身上有失体面；当后来价格抬高10倍时，正迎合了他们的消费心理，价高而货真，因而踊跃购买。

这招“瞒天过海”充分迎合了顾客的消费心理，以涨代降，反而越卖越好，老祖宗留下的智慧实在令人惊叹。

<<推销活用36计>>

编辑推荐

靠碰运气永远成不了推销高手，只有正确的策略才能造就成功的推销，《三十六计》智慧如此丰富而实用，用于军事能战无不胜，用于推销也必能大大提高推销效率。

《推销活用36计》智慧，让你成为无往不胜的推销高手！

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>