

<<零售业100个创意促销方案>>

图书基本信息

书名：<<零售业100个创意促销方案>>

13位ISBN编号：9787802342859

10位ISBN编号：7802342856

出版时间：2008-11

出版时间：中国发展出版社

作者：祝文欣 编

页数：219

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>

<<零售业100个创意促销方案>>

内容概要

对店铺来说，一年365天不可能天天都是旺销，总有淡旺季之分。

旺季自然都是忙业务，那么淡季呢？

业务减少了，很多店铺面临着关张的危险。

怎么办？

毫无疑问，促销是一个必要的手段。

如何合理运用促销策略是每个店铺、经销商都要面临的问题。

但是，促销不是市场问题“终结者”，而是一把“双刃剑”。

促销既能带给店铺更多的利润，也会带给店铺很多的无奈，就像明知面前是个泥潭，但是不得不跳下去。

毕竟利用商品价格进行促销已经成了店铺和店铺之间的最常用武器，无论你的促销是主动的，还是被动的，只有毫不犹豫地往下跳，才有重生的机会。

<<零售业100个创意促销方案>>

作者简介

祝文欣先生，中国零售业著名营销管理专家中国连锁经营协会零售业顾问中研国际首席零售管理顾问在与国内外著名品牌管理咨询机构多年的合作与交流中，祝先生积累了丰富的零售终端管理、渠道运作、市场战略规划的经验，尤其擅长卖场选址、卖场布局、卖场订货、卖场促销、卖场人员管理等。

祝先生足迹遍及中国28个省，50多个城市，主持过1000多场专业培训课程，服务过200多家连锁零售企业，以及50多家知名商场，拍摄了专门针对零售终端的系列光盘《店铺业绩提升之天龙八部》及其他专业VCD产品200多集，主编出版了30余本品牌打造及加盟商终端管理专业书籍。多年来祝先生一直秉承“传道、授业、解惑”，“心怀助人之心”的理念，致力于将中外先进的零售终端经营理念、营销管理模式引入中国零售业，是零售业不可多得的实战派专家、顾问。

近年来主讲过的部分大型活动：

2001年中国连锁经营协会主办服装行业论坛，
主讲：《创建连锁零售企业的快速反应模式》。

2002年虎门国际服装博览会论坛。

主讲+《生产型企业如何转向品牌零售型企业》。

2003年中国连锁经营协会主办服装行业论坛。

主讲：《加盟商如何投资服装品牌》。

2004年人民大会堂，由高科技产业化研究中心和人民日报社主办的首届中国市场战略论坛。

主讲：《赢在品牌决胜终端》

2006年与中国500强企业之一的国美集团强强联手，推出《品牌创富渠道为王》全国大型主题对话巡回论坛。

主讲：《国美渠道战略》

2007年与杭州市政府等联合成功举办经销商千人财富论坛《渠道创富决胜终端》，及首届百货行业的沟通交流财富论坛。

主讲：《中国零售业的十大商机》

部分服务客户：

燕莎友谊商场北京赛特商场上海东方商厦香港新世界百货王府井百货大楼北京华联商厦中友百货北京西单商场北京翠微集团北京双安商场北京崇光百货北京东安集团北京新东安市场大连友谊商城青岛海信广场世纪金花股份有限公司皮尔·卡丹七匹狼劲霸柒牌ELLE艾格阿依莲耐克以纯美特斯·邦威等三百多家零售企业与品牌。

<<零售业100个创意促销方案>>

书籍目录

第一章 价格——永远的促销利器 第一节 价格折扣 方案1.错觉折价——给顾客不一样的感觉 方案2.一刻千金——让顾客蜂拥而至 方案3.超值一元——舍小取大的促销策略 方案4.临界价格——顾客的视觉错误 方案5.阶梯价格——让顾客自动着急 方案6.降价加打折——给顾客双重实惠 第二节 奖品折扣 方案7.百分百中奖——把折扣换成奖品 方案8.“摇钱树”——摇出来的实惠 方案9.箱箱有礼——喝酒也能赢得礼物 第三节 会员折扣 方案10.退款促销——用时间积累出来的实惠 方案11.自主定价——强化推销的经营策略 方案12.超市购物卡——累计出来的优惠 第四节 变相折扣 方案13.账款归整——让顾客看到实在的实惠 方案14.多买多送——变相的折扣 方案15.组合销售——一次性的实惠 方案16.加量不加价——给顾客更多一点

第二章 顾客——以人为本的促销艺术 第一节 按年龄促销 方案17.小鬼当家——通过儿童来促销 方案18.自嘲自贬——中年人追求实在 方案19.主动挑错——打动老年顾客的心 方案20.欢乐“金”婚——既做广告又做见证人 方案21.“寿星”效应——让寿星为店铺做广告 第二节 按性别促销 方案22.英雄救美——打好男性这张牌 方案23.挑选顾客——商场促销的“软”招 方案24.赠之有道——满足女顾客的“心”需求 方案25.“换人”效应——给女性不一样的感觉 方案26.爱屋及乌——做好追星女孩的文章 方案27.“情人娃娃”——让单身女性不再孤单 第三节 心理与情感促销 方案28.货比三家——顾客信任多一点 方案29.吃出幸运——为幸运而疯狂消费 方案30.能者多得——引诱推销的法宝 方案31.档案管理——让顾客为之而感动 方案32.一点点往上加——让顾客喜欢上你 方案33.模范双星——紧抓民族传统文化不放

第三章 热情，燃起永不言败的销售激情 第一节 摆设促销 方案34.“绿叶”效应——新鲜水果自有顾客来 方案35.混乱经营——乱中取胜的好办法 方案36.货比好坏——好货需要劣货陪 方案37.排位有诀窍——便宜的总是在前排 第二节 包装促销 方案38.故弄玄虚——满足顾客的档次心理 方案39.心心相印——用来见证爱情 方案40.齐聚一堂——搭配出来的畅销

第四章 广告——引起轰动的促销捷径 第一节 店铺广告促销 方案41.现场效应——在现场为自己做广告 方案42.暗示效应——让顾客自以为是 方案43.点名效应——让顾客关注自己的品牌 方案44.对比效应——让顾客看到实际效果 第二节 媒体广告促销 方案45.“夸张效应”——吸引顾客的眼球 方案46.巧用证人——真正的活广告 方案47.名人效应——让名人为店铺做广告 方案48.搭顺风车——借力取胜的捷径

第三节 公益活动促销 方案49.温情一元——超市卖场的助学之旅 方案50.免费领养——把奖品变成领养权 方案51.“买”来的学费——另一种形式的助学促销 方案52.希望商场——把让利变成孩子的希望

第四节 公关活动促销 方案53.破坏效应——让顾客真正放心 方案54.效果展示——让质量自己说话 方案55.消费卫士——迎合顾客心理做文章 方案56.传声筒——让顾客帮你促销

第五章 节假日——黄金时间的攒“金”技巧 第一节 传统节日促销 方案57.新年红包——春节礼品促销 方案58.非常1+1——清明节鲜花促销 方案59.五五有礼——端午节粽子促销 第二节 外来节日促销 方案60.情人价格——情人节花饰促销 方案61.平安是福——平安夜苹果促销 方案62.圣日“圣”情——圣诞节蛋糕促销 第三节 特定人群假日促销 方案63.三八彩头——妇女用品促销 方案64.快乐童年——儿童节玩具促销 方案65.亲情厨具——让您的母亲更轻松 方案66.含蓄父爱——父亲节礼品促销 方案67.尊师台——尊师重教的创意促销

第六章 主题——无中生有的促销魔法 第一节 开业促销 / 152 方案68.大派“红包”——见者有份的促销策略 方案69.疯狂舞会——让顾客爱上你的店铺 方案70.步步高升——寓意双关的游戏促销 第二节 店庆促销 方案71.积分优待——真情回馈老顾客 方案72.自助销售——招揽更多的新顾客 方案73.有奖征集——店庆提升影响力 第三节 其他主题促销 方案74.金上添金——用金色来吸引顾客的眼球 方案75.店铺植物园——让环保记住顾客的名字 方案76.幸福五胞胎——愿顾客幸福常在

第七章 店员——所向披靡的促销利剑 第一节 服务人员促销 方案77.美女效应——让顾客美不胜收 方案78.侏儒餐厅——一笑而过的新鲜 方案79.爱美之心——抓住女性的攀比心理 第二节 促销人员促销 方案80.另类模特——别开生面的促销场面 方案81.美丑分明——给人震撼的视觉效果 方案82.双赢模式——做好促销员的文章 方案83.人情促销——满足顾客的情感需要 方案84.沉锚效应——促销员的服务语言创意

第八章 服务——锁定客户的促销方式 第一节 售前服务促销 方案85.样品派送——更直接的试用感觉 方案86.适当越位——多给顾客一点儿 方案87.欲取先给——店铺服务的取舍之道 第二节 售中服务促销 方案88.自选餐

<<零售业100个创意促销方案>>

厅——一切都是为了服务顾客 方案89.将错就错——让顾客都觉得满意 方案90.依样画瓢——给顾客一个思路 方案91.按需供应——不让一个顾客失望 第三节 售后服务促销 方案92.榜上有名——给顾客最好的服务 方案93.有求必应——想顾客之所想 方案94.无理由退货——赢得声誉的服务方案 第四节 免费服务促销 方案95.免费服务——一种超前的感情投资 方案96.额外服务——真心诚意为顾客服务 方案97.涂鸦服务——让顾客恋上你的店铺 第五节 其他服务促销 方案98.请君入店——小服务带来大利润 方案99.栽梧引凤——方便顾客，也方便店铺

<<零售业100个创意促销方案>>

章节摘录

在某大学附近有两个杂货商店，因为他们的目标顾客都是大学生，所以，彼此之间的竞争无时无刻不存在着。

可是到底谁的生意更好，哪家更有发展前途，谁都不知道。

人们唯一知道的一件事情就是在一次促销活动中，南面店铺的何老板大获全胜，而东面店铺的张老板则险些亏损。

在实力相当的竞争对抗中，何老板是如何脱颖而出的呢？

这还得从几年前的那个疯狂一时的超女选拔赛说起。

从2004年开始，超女就以一种势不可挡的浪潮席卷了全国，同时也掠走了很多少女的心。

其中，就有何老板的女儿小何，虽然才刚刚上小学，但是她对于超女的痴迷并不亚于那些大学里的大哥哥大姐姐。

只要有超女比赛，无论是直播还是重播，她都会守着电视，一直到看完为止；只要是和超女有关的物品，她都会精心保留和收藏。

在一个无意间，何老板发现小女儿有一个笔记本，上面贴满了超女的小照片，更为凑巧的是，当时到店铺里购买东西的一个小姑娘也是一个超女的“粉丝”，看到女儿的笔记本，便无意地说道：“如果哪家店铺生产这样的笔记本，一定会卖得超好。

”当何先生问为什么这么说的时侯，那个小女生非常神秘地笑了笑说：“爱屋及乌呗！”

何先生由此受到启发，将自己店铺所有关于女孩子的商品都贴上了超女的小照片，并且还购买了一些超女的大幅海报，粘贴在店铺门口以招揽学生顾客。

何先生的这一招果然很灵，不到一天的时间，何先生的店铺就挤满了学生，她们都是超女的超级“粉丝”。

<<零售业100个创意促销方案>>

编辑推荐

《零售业100个创意促销方案》由中国发展出版社出版。

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>