

<<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

图书基本信息

书名：<<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

13位ISBN编号：9787802346451

10位ISBN编号：7802346452

出版时间：2011-6

出版时间：中国发展出版社

作者：范范

页数：175

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>

## <<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

### 内容概要

人们常说“顾客就是上帝！

”这句话没错，顾客就是店铺的上帝！

没有顾客，也就没有了店铺。

那么，我们如何才能服侍好“上帝”，如何才能让“上帝”乖乖地为店铺的商品掏钱呢？

店铺人员可能会回答诸如“物美价廉的商品”、“优质服务”、“激情的鼓动”、“完美的促销”，等等。

这些答案本身没有错，但是怎么提供优质的服务？

进什么样的货物才算是物美价廉？

物美价廉就一定能卖得好吗？

遇到这些问题时，很多人都会很迷茫。

为此，我们编写了这本书——《让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则》。

《让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则》从实践出发，贴近店铺经营实际，注重店铺经营人员的素质培养和启示，通俗易懂，对店铺经营实践具有很好的指导作用。

本书分五篇，从顾客进店开始讲起，以顾客为中心，以店铺经营人员为主导，系统地阐述100个让顾客掏钱的实用法则。

本书由范范编著。

## <<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

### 作者简介

中国服装业资深顾问式培训师，10余年服装行业的从业经验，从一线成长起来的实战专家，历任著名服装企业区域经理、培训经理、销售经理、营销总监等职务。

对服装行业的产品开发、销售渠道建设与管理、经销商管理、数据信息管理以及终端店铺陈列与服务等诸多方面积累了丰富的实战经验。

擅长订货会策划、辅导和零售终端课程培训。

服务过的品牌有：季候风、臣枫、美特斯·邦威、曼奴、永艺、PLAYBOY、来尔佳昵、劲霸、九牧王、卡米尼、RT、COVI'S、庄普奇等。

## <<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

### 书籍目录

#### 顾客进门篇

##### 第1章魅力店面，停下顾客闲逛的脚步

- 1.店名本身就是一个金矿
- 2.营造生气勃勃的气氛
- 3.专业化的店铺形象
- 4.广告，吸引顾客的眼光
- 5.独到的音乐氛围
- 6.商品陈列引导商品销售
- 7.巧妙化妆店铺
- 8.轻松愉快的灯光照明
- 9.巧用气味与空调

##### 第2章温情态度，舒畅顾客疲惫的心情

- 10.恰当的个人仪表
- 11.不要吝于赞美
- 12.良好的服务态度
- 13.适时的销售攻略
- 14.利用幽默营造气氛
- 15.富有魅力的表达
- 16.做一个好的听众
- 17.先贬后褒式赞美
- 18.富有吸引力的语调
- 19.虚心接受顾客的意见

#### 顾客浏览篇

##### 第3章价格艺术，燃起顾客的购物热情

- 20.定期减价策略
- 21.针对心理定价
- 22.一货两价
- 23.薄利多销
- 24.高价促销
- 25.动态定价策略
- 26.突出价格比较优势
- 27.低价取胜策略
- 28.“一口价”策略
- 29.折扣定价策略

##### 第4章品牌诱人，勾起顾客的追崇心理

- 30.在特色上做文章
- 31.把服务做成品牌
- 32.无利也要求名
- 33.绝对忠诚于顾客
- 34.退货要热情
- 35.注重个性营销
- 36.让冷门商品发热
- 37.以顾客的利益为重
- 38.以顾客喜欢的方式对待顾客
- 39.处理好销售气氛

## <<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

- 40.精心布置货架
- 41.品牌的全面美化
- 42.及时检查店铺缺点
- 顾客分析篇
- 第5章定位，获得商品与顾客群的契合点
- 43.寻找潜在顾客
- 44.浅顾客定位
- 45.深顾客定位
- 46.顾客群属性分析
- 47.真正了解你的顾客
- 48.贴近顾客
- 49.站在顾客的角度看问题
- 50.创造忠诚顾客
- 51.物以稀为贵
- 52.怀旧经营
- 第6章分类，认清不同类型的顾客
- 53.女性顾客的购物心理
- 54.男性顾客的购物心理
- 55.儿童的购物心理
- 56.年轻顾客的购物心理
- 57.老年顾客的购物心理
- 58.富人的购物心理
- 顾客引导篇
- 第7章促销，引导顾客产生购买欲
- 59.舍利取义式促销
- 60.玩乐促销
- 61.引发顾客好奇
- 62.悬赏式促销法
- 63.让顾客感兴趣
- 64.反其道而行
- 65.批发价促销法
- 66.限时促销法
- 67.限量促销法
- 68.清仓促销法
- 69.紧张气氛促销法
- 第8章攻心为上，突破顾客防守底线
- 70.把顾客当做朋友
- 71.“吊胃口”销售法
- 72.怀旧是一种时尚
- 73.微笑对待顾客
- 74.体贴照顾顾客
- 75.销售以诚为贵
- 76.推销投其所好
- 77.适时给顾客一个惊喜
- 78.让顾客无法拒绝
- 79.激将法促成交易
- 80.让顾客在厉害权衡中选择

<<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

- 81.寓物于情式推销
- 82.小东西赚大钱
- 顾客成交篇
- 第9章化解质疑，让顾客买得放心
- 83.准备好听抱怨
- 84.找出抱怨的原因
- 85.从顾客的角度思考
- 86.用道歉博得顾客好感
- 87.勇于承担责任
- 88.有所不为
- 89.危机就是转机
- 90.不要找借口
- 91.细心款待你的顾客
- 92.把投诉当成机会
- 93.建立顾客投诉管理体系
- 第10章成交，胜在最后一刻
- 94.把握成交良机
- 95.高超的要价术
- 96.善于抓住犹豫不决的顾客
- 97.靠服务的魅力成交
- 98.快速敲定成交法
- 99.投桃报李成交法
- 100.露实情成交法

## <<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

### 章节摘录

4 广告, 吸引顾客的眼光 店铺广告是向顾客传达店铺促销活动、到货情况等信息的一个传播手段, 店铺通过一些媒体, 并消耗一定的费用, 公开而广泛地向公众传递信息。

适时、适当的广告可以为店铺制造一系列的购物高潮。

如何采用各种店面广告进行促销才能为店铺带来最大利益呢?

(1) 店面广告几种常见的广告形式以及具体实施方法 店面广告。

店面广告是店铺最常见的广告, 可传达某种信息或话题以及季节感等。

这种广告一般就是公布一些最常见的货物的价格信息。

这种广告要注意及时更新, 必须和店内的货物价格一致, 而不能单纯地以吸引顾客为目的, 不能让顾客有被戏弄的感觉。

另外, 如果某种货品售完, 可以通过店面广告向顾客说明具体到货时间, 让人知道这些货品是热销品, 同时可以介绍同类优质产品供顾客选择。

店面招牌。

招牌要有视觉冲击力, 在传达店名及业种的同时, 让顾客有新奇而愉快的感觉。

店面招牌是店铺的第二个广告, 在招牌上做好文章, 对顾客有很大的吸引力。

店铺在设计招牌时要考虑让顾客能在最短的时间内知道这个店铺是卖什么的。

可以在招牌上显示自己店铺主要针对的目标顾客, 这样相应的顾客看到这个招牌就会乐于走进这个店铺。

商品陈列。

商品陈列不只是简单的摆放, 还要吸引顾客注意力, 使顾客直接确认商品品质, 引起购买冲动。

我们可以在货架上挂一些提示性的标语, 或者是对顾客的问候, 让顾客在购物时感觉到这个店铺的温馨。

在商品陈列上, 应分类明确, 各类货物之间做好分类提示, 让顾客能很容易地找到自己想买的商品, 千万不要和顾客玩捉迷藏。

悬挂式广告。

从天花板梁柱上垂吊下来的展示广告, 高度适中, 易引起注意。

我们可以挂上各种类型的动物造型, 在动物造型上打上各种语气的广告词, 肯定会给顾客留下深刻的印象。

壁面式广告。

这类广告主要以海报、装饰旗为主, 以美化壁面、商品告知为首要功能, 重视装饰效果。

这类广告必须与店铺的整体风格一致, 内容可以是对顾客的欢迎语, 也可以公布一些店铺的特色和特价商品, 起到引导购买的作用。

落地式广告。

大部分落地式广告为放置在商场里的商品陈列架、展示台、试机台、收银台等, 其内容可以根据店铺的需要而制作, 张贴店铺文化、商品形象、服务承诺等。

动态式广告。

以电力带动的广告, 或上下运动、或回转运动, 充满动感及美感, 还能起到活跃店铺气氛的目的。

光源广告。

通过各种光源展示商品形象, 如利用射灯把商品的文字、图标照亮, 多用于主销品牌。

当然, 也可以做一些新产品广告。

价目卡及展示卡。

价目卡上写明标价, 展示卡上说明商品特性、机能。

此类卡片属微型广告, 多放置在商品旁及橱窗内, 或是直接与商品附着在一起, 视觉效果极佳。

贴纸。

能够粘贴在壁面、玻璃、商品上的小型印刷品, 附有商品信息或独特卖点, 形式活泼、形象生动。

(2) 店面广告的注意事项 店铺广告如果设置得不好, 就会有适得其反的可能。

## <<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

因为店铺广告的目的是提醒、引导、刺激顾客购买，或是为店铺做宣传，让更多的顾客成为回头客。广告的重要原则就是要得到顾客的认同，而不能影响顾客购物。

文字不要过多，主题一定要明确。

比如：要主推销售一个减肥产品，我们不能把它的成分、作用和用法都表现出来，那样顾客不一定会有耐心看完。

因此，我们只需要说出这个产品的特色，就可以给顾客以很大的诱惑力。

样式可以多样化。

可用视频、玩偶、图片、实体现场展示、叫卖等方式实现最终目的——刺激顾客购买并记住店铺的名字。

避免低俗广告。

广告需要创意，以达到让人过目不忘的目的，但广告语更要注意避免低俗，商家要担起净化语言环境、倡导语言文明的责任。

低俗广告带来的负面影响不可估量，还会影响顾客的购买情绪。

.....

## <<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

### 编辑推荐

《让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则》为更好地传播零售行业的经营管理知识，为广大零售从业人员服务，中国发展出版社推出了集战略咨询、营销管理、商务培训、系统出版、资讯传播为一体的“零售商学院”运营品牌。

“零售商学院”拥有零售业一流的管理顾问团队。

“零售商学院”贯彻“专业知识，提升零售业核心竞争力”的运营理念，专注于中国零售业态的经营和管理，将零售业咨询与培训服务做最优质的整合，并以此打造中国零售业最权威的内容供应商。

零售业：服装、服饰、家电、建材、化妆品、超市百货、商场、珠宝、汽车。

服务业：餐饮、酒店、物业、金融、物流、旅游、房地产、电子商务、医疗保健、文化娱乐、美容美发。

<<让顾客疯狂掏钱的100个黄金法则>>

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>