

<<7-ELEVEN抓得住顧客的心>>

图书基本信息

书名：<<7-ELEVEN抓得住顧客的心>>

13位ISBN编号：9789574512362

10位ISBN编号：9574512363

出版时间：2005.10.01

出版时间：新苗文化

作者：國友隆一

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>

<<7-ELEVEN抓得住顧客的心>>

內容概要

日本流通業霸主7-Eleven掌握消費者心理的成功關鍵
台灣e天下雜誌推薦 榮登日本紀伊國屋書店暢銷榜
2004年 年度暢銷書《日本7-ELEVEN消費心理學》作者又一力作

怎樣做才能使自己的商店、商品和服務充滿魅力呢？

本書將以實際的例子來說明。

當然，簡單地說，就是要讓顧客發自內心地認為：「啊！

我一直想要的就是這樣的商品！

我一直想來的就是這樣的商店！

我一直希望得到的就是這樣的接待和服務！

」

本書專門分析消費者心理，透過豐富的實例，針對怎樣增強對顧客的吸引力，提高每位顧客的消費額，增加銷售額等問題，提出作者精闢的見解和建議，引領讀者創造出一家顧客盈門的熱門商店。

目錄

前言

第一章 決定0.01秒心理的因素

大多數商店恐怕都正在像捧水一樣接待顧客

把握時代潮流，敢於捨棄可能性和希望

店裡好似地雷遍佈，危機四伏

如果沒有把握住機會，機會就會退化為危機

在激烈競爭中找准自己的位置

第二章 「進？

」還是「不進？

」——走進商店的瞬間的心理

店鋪雖小卻讓人印象深刻，店鋪雖大卻容易被人忽略

注重洗髮精香味的咖啡店

顧客會在0.01秒內感受到店內的氣氛

當心！

這些店員是否要把自己騙進陷阱裡？

店鋪不是店主的休息室

第三章 如何讓顧客在瞬間決定走進店看看

把牆壁換成玻璃能使顧客劇增

店鋪是顧客的領地

過度推銷不是好事

讓顧客「耳目一新」的商店具有很強的吸引力

商店出售的不是東西，而是情趣

商品和商店是經營者生活態度的一種表現

賣方是主角，買方也是主角

第四章 商品的擺放和整理中的奧妙

店外的道路是觀眾席，店內是舞臺

為什麼條件大致相同的兩個店生意卻大不相同

銷售商品實際上是送禮物給顧客

<<7-ELEVEN抓得住顧客的心>>

讓顧客在不經意間改變自己
經營者也能透過商品開發找到新的靈感
一家貌似咖啡店的房產店
竭盡所能向顧客展示商品

<<7-ELEVEN抓得住顧客的心>>

作者簡介

國友隆一

1941年出生於日本新潟縣，畢業於中央大學法學部。

資深編輯及記者，於1990年創立(株)BEST SERVICE研究

中心，透過對7-ELEVEN之深入研究，擔任許多加盟連鎖企業及餐飲業的經營顧問。

同時亦為日本連鎖加盟協會

研究會員，常舉行相關的演講和培訓，著作近百本，也是京都大學學院講師。

作者相關著作：《與加盟店共存共榮的7-ELEVEN經商之道》、《日本7-ELEVEN消費心理學》、《如何贏得顧客的心》、《7-ELEVEN高盈收策略》

<<7-ELEVEN抓得住顧客的心>>

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>