

<<賣到缺貨的促銷勝經>>

图书基本信息

书名：<<賣到缺貨的促銷勝經>>

13位ISBN编号：9789867468703

10位ISBN编号：9867468708

出版时间：2013-5

出版人：凱信企業管理顧問有限公司

作者：徐德麟 著

页数：272

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>

<<賣到缺貨的促銷勝經>>

前言

前言 促銷，看似容易，其實並非那麼簡單。

折價促銷，該降多少錢才能讓顧客開心業者賺錢？

優待券促銷，要發出多少數量才能獲利不虧本？

贈品促銷，送什麼禮品才能激發消費者的購買意願？

集點促銷，集滿點有什麼好處消費者才有重複購買的興趣？

抽獎促銷，是否具有公信力？

如何讓顧客信任，而不是反覆納悶：到底是來真的還是抽假的？

從以上這些疑問點可以明瞭，成功的促銷需要經過精密的規劃與設計，才有可能讓消費者歡喜接受，業者順勢創造利益。

否則只是浪費時間、耗損金錢、徒增困擾且白忙一場。

促銷，最奧妙的部份在於數據分析。

消費者想要撿便宜，業者的目的是增加營業額，如何兩全其美，不是靠運氣，而是憑行銷人員的數據分析功力。

紅豆餅買五個送一個，這是非常單純的小本生意促銷手法，可是再深入探討：為什麼是買五個送一個，而不是買十個送一個？

或是買二個送一個？

道理很簡單，影響的層面有二項：一項是利潤，另一項是購買意願。

買二個送一個，消費者很高興可是業者沒什麼利潤；買十個送一個，有了利潤可是消費者沒興趣。

而買五個送一個：消費者覺得划算，業者的利潤也不錯。

紅豆餅的啟發讓我們找到答案：藉由定價、成本、銷售量此三者之間的關連計算，再配合促銷文案以及促銷建構方式，方能精準規畫出最適合也最成功的促銷方案。

本書有六個章節並附加特別企劃篇，分別為：基本的促銷技術、促銷的建構方式、奇妙的數字魔術、高明的促銷精算、經營的理念及創業的誠律。

第一章「基本的促銷技術」。

講述常用的促銷方式，歸納出八種目前經常使用的促銷手法加以概要整理，配合簡單易懂的範例解說，幫助讀者瞭解促銷的基礎技術。

第二章「促銷的建構方式」。

內容主要探討促銷語意的表達、促銷方式的不同及促銷建構的差異，如何影響消費者的購買意願。

洞悉消費者的購買決策行為，才能制定出成功可行的促銷方案。

第三章「奇妙的數字魔術」。

說明促銷的基礎運算，讓讀者體認數字分析的重要性，如果無法精確掌握各項數據，縱然有再細緻的印刷、再流暢的文案，整體促銷活動的成功機率將降低許多。

另外也討論如何靈活運用促銷技巧，並站在消費者的角度，檢視是否實踐以客為尊的服務宗旨，與顧客建立一個相互尊重的良好關係。

第四章「高明的促銷精算」。

列舉十五個不同主題範例，討論促銷活動實際運作的情況，讀者可以看到一個事實：數字就是金錢。每一個成功的促銷方案皆來自於頂尖行銷人員的努力，成敗之間一線之隔，其關鍵點就是數據分析是否詳實正確，而這也是行銷人員最辛苦且最困難的部分。

本章節有效引導讀者進入促銷情境，設計出老闆滿意顧客接受的促銷方案。

第五章「經營的理念」及第六章「創業的誠律」。

在第六章的引言中有一段話：「如果說賺錢跟吃稀飯一樣簡單，有違常理，這不是務實的態度；假如討好奉承，告訴你當老闆是多麼的偉大，會讓人誤判情勢，跌入險境之中」。

這是我的真心話，也是本章節撰寫的主軸。

一個人要活下去，努力打拚應該不困難；一家人要活下去，全家團結一致，應該可以維持安樂；一家企業要活下去，努力打拚加團結一致還是不夠，必須再加上領導者的智慧。

<<賣到缺貨的促銷勝經>>

企業領導者若沒有運籌帷幄的智慧與能力，縱使拼了命做事，仍舊在原地打轉。

「一天之內就可以做出決策的事情，拖了十天還拿不定主意」；「一個人就可以決定的事情，找了十個人七嘴八舌」.....沒有魄力、能力不足又缺乏智慧，如何治理公司？

一年半載可能勉強撐過去，到了某種極限，此企業勢必難以生存下去。

有些事，別人再怎麼提醒都沒用，因為聽不進去。

惟有自己撞破頭之後，才發現果真是這樣。

成功的促銷方案是透過精密的計算完成的，如何計算，確實是一門必修的功課。

本書提供大量的促銷範例，以讀者較少接觸的數據分析為主軸，儘可能減少文字敘述，呈現不同的閱讀思考方向，期望能有效幫助讀者解決促銷規劃上的障礙。

企業管理的書籍不容易寫，「艱澀難懂，枯燥無趣：實在看不下去；洋洋灑灑，儘是理論：翻兩頁就想打瞌睡」。

將心比心，於是費了一番努力，將嚴肅的議題，用幽默風趣的方式表達，期望「以輕鬆的心情閱讀，但能充分理解字裡行間的深遠意涵」 謹此向讀者們致上最高的敬意，謝謝您們的支持與鼓勵。

<<賣到缺貨的促銷勝經>>

內容概要

談到促銷，你不能不看這一本。

還在煩惱東西賣不出去嗎？

那是因為你還沒買到這本勝經！

「今日壽星，免費招待！

」、「千元買福袋，百萬轎車開回家！

」、「加1元，順便帶走隨身碟！

」……充滿創意的超棒促銷方案，讓營業額直．線．狂．飆！

東西品質好，不代表肯定能賣得好！

除了增加銷售，還要讓消費者撿便宜，能讓顧客跟老闆皆大歡喜的「完美促銷術」，才是決定銷售數字的重要關鍵！

《一定要懂的促銷花招》作者最努力作，為你解析「行銷4P策略作業」中最重要的「促銷策略」。

本書集結三大部分：第一部分為「顧客倍增的促銷技法」，基本技巧 經典範例，促銷企劃第一次就上手；第二部分是「別人不會教你的營業秘密」，老師通通告訴你；第三部分的「促銷據點基礎診斷」、「促銷企劃程序」讓你也能成為促銷達人。

【本書特色】 1. 最必要！

從「八大基本促銷技術」入門。

2. 最實際！

「十五個不同主題經典範例」完全破解。

3. 最好用！

「具體營業數據」及「完整計算公式」，讓你可以直接套用。

4. 最貼心！

「圖表方式」呈現複雜的促銷方案及規劃過程，一目瞭然。

【本書重點】 第一章「基本的促銷技術」。

講述常用的促銷方式，歸納出八種目前經常使用的促銷手法加以概要整理，配合簡單易懂的範例解說，幫助讀者了解促銷的基礎技術。

第二章「促銷的建構方式」。

內容主要探討促銷語意的表達、促銷方式的不同及促銷建構的差異，如何影響消費者的購買意願。洞悉消費者的購買決策行為，才能制定出成功可行的促銷方案。

第三章「奇妙的數字魔術」。

說明促銷的基礎運算，讓讀者體認數字分析的重要性，如果無法精確掌握各項數據，縱然有再細緻的印刷、再流暢的文案，整體促銷活動的成功機率將降低許多。

第四章「高明的促銷精算」。

列舉十五個不同主題範例，討論促銷活動實際運作的情況，讀者可以看到一個事實：數字就是金錢。本章節有效引導讀者進入促銷情境，設計出老闆滿意顧客接受的促銷方案。

第五章「經營的理念」。

在一家企業當中，工友是職業，董事長也是職業，雖然任務有所不同，但做事的態度要相同。

商場，很殘酷且現實，若要跟競爭對手平起平坐，必須具備相當能耐。

一旦雙方交手，社會歷練及職場磨練，就是決定勝敗的關鍵。

第六章「創業的誠律」。

如果說賺錢跟吃稀飯一樣簡單，有違常理，這不是務實的態度；假如討好奉承，告訴你當老闆是多麼的偉大，會讓人誤判情勢，跌入險境之中，這是不負責任的行為。

<<賣到缺貨的促銷勝經>>

作者簡介

徐德麟 企管名師 徐德麟 專注於經營分析及行銷策略專業領域工作，累積二十年實務經驗，行事風格低調、樸實。

自律嚴謹的工作精神，沒有炫麗華燦的表象；「無欲則剛」、「隱而不顯」是他的生活態度與處事哲學；憑藉著在專業領域中的實力，奠定了其特殊的地位，深得企業界人士的推崇與信賴。

相關創作：《開一家賺錢的店》、《行銷是什麼？

》、《解開經營分析的困惑》。

除了以上企業管理類的著作之外，也先後完成《人生，有挫折才精采》、《酒飲微醉，花觀半開》及《朋友，你的良心在哪裡》等散文類作品。

2007年榮登十大暢銷排行榜著作《一定要懂的創業奇招》、《一定要懂的促銷花招》、《一定要懂的分紅制度》、《一定要懂的銷售通路》。

<<賣到缺貨的促銷勝經>>

書籍目錄

【前言】【第一篇】顧客倍增的促銷技法第一章 基本的促銷技術 - 常用的促銷方式01.折價促銷02.集點促銷03.優待券促銷04.增量不加價促銷05.試用促銷06.抽獎促銷07.附送贈品促銷08.自費贈品促銷09.促銷的型態與類別第二章 促銷的建構方式 - 透析顧客的想法01.降價促銷的語意呈現方式02.高低價位產品降價語意的應用技巧03.降價幅度對消費者再購意願的影響04.標示產品原定價促銷效果最佳05.搭配贈品促銷方式的適用時機06.搭配贈品方式對消費者購買意願的影響07.搭配贈品是否標示價格對消費者的影響08.主產品與搭配贈品的組合方式09.消費者對搭配贈品的重視程度10.促銷情境影響消費者的購買意願第三章 奇妙的數字魔術 - 學會算帳不吃虧01.損益平衡非懂不可02.買一送一跟1件5折利潤差多少03.付費廣告要做多少生意才划算04.優待券要發出多少張才有賺頭05.消費滿500送200業者會虧本嗎06.數字及文案魔術師07.口語誘導技巧生意強強滾08.委託代銷照樣取得客戶名單09.做生意不要太囉嗦10.面對價格破壞別緊張第四章 高明的促銷精算 - 經典範例徹底解析01.福袋1,000元, 60萬轎車開回家：是業者獲利還是消費者撿到寶02.累積滿點, 商品任您選：業者撥出多少錢當作贈品費用03.持特惠卡, 買咖啡送紅茶：消費者是賺到了還是當冤大頭04.星期二, 吃豬腳送羊排：是大優惠還是有陷阱05.今天生日嗎？請進, 免費招待：餐廳老闆有何把握不賠錢06.好康的, 入會1,000送你1,500：這是幸運還是傻瓜07.加1元, 順便帶走隨身碟：加1元的用意是什麼08.原價999, 現在只要299：應該盡速搶購還是小心為妙09.海鮮鍋, 買大鍋送小鍋：老闆利潤減少還有賺頭嗎10.來函索取, 產品免費送給您：右手送贈品左手拿訂單11.站著吃35元, 坐著吃50元：週轉率對生意影響有多大12.原裝進口咖啡機, 免費使用：該拒絕還是試試看13.刷卡, 憑券, 送好禮：誰的好處最多14.來就送、買再送、滿額又再送：業者是財神爺拚命送禮給顧客15.抽中頭獎, 暢遊歐洲：是抽真的還是抽假的【第二篇】別人不會教你的營業秘密第五章 經營的理念一、獨資或合夥該如何抉擇二、合夥的方式怎樣合作才不會傷和氣三、利益認知不同所導致的爭執點四、股東之間為何不願意協助渡過難關五、組織裡面有派系要消滅還是讓它存在六、業績為何突然下降原因在哪裡七、員工提辭呈要慰留還是快刀斬亂麻八、別店大排長龍我的店為何小貓兩三隻九、賣同性質產品為什麼隔壁特別旺十、銷售情況異常到底哪裡出問題十一、在哪裡開店才能鈔票滾滾來十二、借錢投資創業謹慎評估風險十三、健全財務體質避免週轉不靈第六章 創業的誠律一、20歲就創業是厲害還是危險二、從被領導到成為領導者做好準備了嗎三、確認事業型態找出自己最正確的位置四、有錢可以建構一個殼但買不到內涵五、數字就是錢不要逃避數字及報表六、深度思考及追根究底是成功者共有的特質七、經營是什麼這當中有什麼學問八、實現美好夢想不要變成惡夢一場九、新手老闆謹記三個如惡夢般的教訓十、迷思與困境【特別企劃篇】促銷專家的私藏寶典A促銷據點基礎診斷1-1基本資料記錄1-2位置標示記錄1-3視覺工具檢查1-4內部設施檢查1-5周圍環境檢查2-1營業額的增減變化檢查2-2每週及每日營業情況檢查2-3去年同期營業額比較檢查2-4顧客數量的增減變化檢查2-5競爭對手檢查3-1客源規模檢查3-2商圈範圍檢查4-1過去所舉辦的促銷活動檢查4-2年度促銷計畫檢查B促銷企劃程序01.促銷時機02.促銷目的03.促銷目標04.促銷對象05.促銷範圍06.促銷時間07.促銷方式08.促銷工具09.促銷傳遞10.促銷預算

<<賣到缺貨的促銷勝經>>

章節摘錄

《Unit2-2 高低價位產品降價語意的應用技巧》 重點整理 對高價位產品而言「現金回饋」的語意呈現方式促銷效果最佳 對低價位產品而言「百分比折扣」的語意呈現方式促銷效果最佳
範例商品（都以打7折為例）。

）： 高價位產品單眼相機：定價65,000元 低價位產品飲料一罐：定價10元 ?降價語意一：
「現金回饋」（7折） （高價位）單眼相機定價65,000元，現在買立即省下19,500元。

（低價位）飲料一罐定價10元，現在買立即省下3元。

?降價語意二：「百分比折扣」（7折） （高價位）單眼相機定價65,000元，現在買打7折
（30% OFF）。

（低價位）飲料一罐定價10元，現在買打7折（30% OFF）。

?降價語意三：「直接降價」（7折） （高價位）單眼相機定價65,000元，現在買只需45,500元

。（低價位）飲料一罐定價10元，現在買只需7元。

分析 對於「高單價商品」與「低單價商品」，使用不同的降價語意呈現降價活動，常常會造成截然不同的結果。

「高價位產品」最佳的降價語意呈現方式： 對高價位產品而言，「現金回饋」、「百分比折扣」及「直接降價」此三種降價語意以「單眼相機定價65,000元」為例，給人感受如下： ?現在買「立即省下19,500元」?一口氣省下快兩萬塊，超划算！

?現在買打7折（30% OFF）?七折，很不錯的折扣，但不知道會不會有更低的折扣？

?現在買只需45,500元?四萬五的東西，好貴，雖然很想要，但是可以再考慮一下。

當中，以「現金回饋」（告知消費者「可以省下多少錢」）的語意呈現方式「促銷效果最佳」。

「低價位產品」最佳的降價語意呈現方式： 對低價位產品而言，「現金回饋」、「百分比折扣」及「直接降價」此三種降價語意 以「飲料一罐定價10元」為例，給人感受如下： ?現在買立即省下3元?才省下3塊，這還算折扣嗎？

?現在買「打7折」（30% OFF）?7折，等於省了快1/3耶！

?現在買只需7元?10元、7元，差不多啦！

當中，以「百分比折扣」的語意（告知消費者「售價為定價的百分比」）呈現方式「促銷效果最佳」。

<<賣到缺貨的促銷勝經>>

編輯推薦

本書特色 1. 最必要！

從「八大基本促銷技術」入門。

2. 最實際！

「十五個不同主題經典範例」完全破解。

3. 最好用！

「具體營業數據」及「完整計算公式」，讓你可以直接套用。

4. 最貼心！

「圖表方式」呈現複雜的促銷方案及規劃過程，一目瞭然。

本書重點 第一章「基本的促銷技術」。

講述常用的促銷方式，歸納出八種目前經常使用的促銷手法加以概要整理，配合簡單易懂的範例解說，幫助讀者了解促銷的基礎技術。

第二章「促銷的建構方式」。

內容主要探討促銷語意的表達、促銷方式的不同及促銷建構的差異，如何影響消費者的購買意願。

洞悉消費者的購買決策行為，才能制定出成功可行的促銷方案。

第三章「奇妙的數字魔術」。

說明促銷的基礎運算，讓讀者體認數字分析的重要性，如果無法精確掌握各項數據，縱然有再細緻的印刷、再流暢的文案，整體促銷活動的成功機率將降低許多。

第四章「高明的促銷精算」。

列舉十五個不同主題範例，討論促銷活動實際運作的情況，讀者可以看到一個事實：數字就是金錢。

本章節有效引導讀者進入促銷情境，設計出老闆滿意顧客接受的促銷方案。

第五章「經營的理念」。

在一家企業當中，工友是職業，董事長也是職業，雖然任務有所不同，但做事的態度要相同。

商場，很殘酷且現實，若要跟競爭對手平起平坐，必須具備相當能耐。

一旦雙方交手，社會歷練及職場磨練，就是決定勝敗的關鍵。

第六章「創業的誠律」。

如果說賺錢跟吃稀飯一樣簡單，有違常理，這不是務實的態度；假如討好奉承，告訴你當老闆是多麼的偉大，會讓人誤判情勢，跌入險境之中，這是不負責任的行為。

<<賣到缺貨的促銷勝經>>

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>