

## 图书基本信息

书名：《营销智慧168》

13位ISBN编号：9787111180180

10位ISBN编号：7111180186

出版时间：2006-1

出版社：机械工业出版社

作者：赵文明

页数：228

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

## 内容概要

本书是168系列智慧丛书的第三卷。本书深入浅出地介绍了营销的奥秘和真谛、经验和技巧，读起来趣味盎然。在当今的商战中，打好营销战对企业成败至关重要，然而不光是企业才需要营销，个人也需要营销。本书中的营销技巧将使热爱学习、充满激情的营销人找到人生的立业立身之本。

本书既有妙趣横生的故事，又有经典的案例，既有妙语点评、成功经验分享，又有可以珍藏以受益终生的智慧金言。

本书以讲故事的方式，用生动、有感染力的168个故事和典型事例，来阐释营销领域最新、最有效，最实用的智慧和法则。书中既有引人深思的点评，又有较为实用的技巧和方法，本书最大的特点是可读性和实用性的完美结合，它能最大程度地激起你的阅读兴趣，是营销业内人士和一切成功人士的最佳选择。

## 书籍目录

前言一、观念正确，你就成功了一半1. 观念决定命运 / / 22. 不能空谈营销战略 / / 33. 攻其不备，出其不意 / / 44. 放弃蝇头小利 / / 55. 纵观全局，掌握重点 / / 66. 打不过，就求和 / / 77. 隆中对 / / 98. 心急吃不了热豆腐 / / 109. 狼的故事 / / 1110. 营销战略岂能“一叶遮目不见森林” / / 1211. 人文关怀应提到营销战略高度 / / 1412. 营销执行决定营销成败 / / 1513. 进攻是最好的防御 / / 1714. 战略出击要找准突破口 / / 1815. 对权威不要盲目崇拜 / / 19二、渠道就是霸权16. 谁拥有销售通道，谁就拥有未来 / / 2217. 发展多渠道分销系统 / / 2318. 建立高效的分销队伍 / / 2519. 用渠道策略增加销售业绩 / / 2620. 要建立广泛的营销网络 / / 2721. 充分发挥直销的优势 / / 2822. 合适的包装可以使产品增值 / / 3023. 中间商可以成为独立主体 / / 3224. 竞争可以促进市场成熟 / / 3325. 伙伴战略有利于分销商关注公司利益 / / 3426. 高效配发货物 / / 3527. 靠有效的客户调查改进你的不足 / / 3628. 根据消费者需要调整营销模式 / / 3729. 激励零售商的销售 / / 3830. 与二级批发商直接接触 / / 39三、定位策略决定营销成败31. 薄利多销永远都适用 / / 4232. 战略源于战术 / / 4333. 品牌定位决定营销方向 / / 4434. 在竞争中给产品定位 / / 4535. 重新定位带来广阔市场 / / 4636. 定位本身就是竞争优势 / / 4737. 做任何生意之前首先要做市场调查 / / 4938. 注意营销社会文化环境的差别 / / 5039. 摆脱定位失败的阴影 / / 5140. 高价也有优势 / / 5241. 产品个性化是战略决策问题 / / 5442. 根据消费者需要确定产品定位 / / 5543. 志在长远 / / 5744. 产品策略也是制敌先机 / / 5845. 充分利用有利的营销环境 / / 59四、抓住大客户46. 在天晴的时候修房子 / / 6247. 知己知彼，百战不殆 / / 6348. 大客户销售：以人为本 / / 6549. 怎样才能把黄金客户升级为铂金客户 / / 6650. 计算顾客价值 / / 6751. 针对大客户的一对一营销 / / 6952. 对待大客户要注意细节 / / 7053. 增加与顾客的结构性联系 / / 7154. 妥善处理客户抱怨 / / 7255. 设身处地为客户考虑 / / 7456. 失去老主顾的损失巨大 / / 7557. 留住老主顾 / / 7658. 不要错误定位客户的资格 / / 7759. 小心负面情绪 / / 7860. 管理大客户即管理未来 / / 79五、先推销自己，再推销产品：营销心理战61. 点燃你的推销热情 / / 8262. 以勤补拙，用自己的个性来推销 / / 8263. 融会贯通销售的三个境界 / / 8364. 机会就在冒险之中 / / 8565. 在促销中要注重实用性 / / 8666. 用婚礼赠送的方式促销 / / 8767. 专注于自己的目标 / / 8868. 关键的时候再坚持一下 / / 8969. 用有说服力的图片促进销售 / / 9170. 以速度抢商机 / / 9171. 刺探购买者的底细 / / 9272. 退一步，进两步 / / 9273. 运用有效的推销工具 / / 9374. 谁关注消费者，谁就是赢家 / / 9475. 以抽奖加竞赛的方式促销 / / 9676. 连续中奖可以刺激消费者的购买欲 / / 9777. 用促销方法鼓励批发商 / / 9878. 抓住时机搞促销 / / 9979. 与消费者一起过店庆 / / 10080. 借用外部力量搞营销 / / 10181. 根据消费者的喜好确定营销方案 / / 103六、推销人的必备技巧82. 消除对大人物的恐惧 / / 10683. 推销员不是“机器人” / / 10784. 要做深谙推销秘诀的推销员 / / 10985. 精通自己的专业 / / 11186. 赞美是有力的武器 / / 11287. 笑着推销 / / 11388. 爱是诀窍 / / 11489. “自我延伸”不容忽视 / / 11590. 认真聆听顾客讲的每一句话 / / 11791. 打赢价格战 / / 11892. 我是推销员，我不怕拒绝 / / 11993. 记住客户的名字 / / 12094. 巧妙应对发酒疯的顾客 / / 12295. 运用审时度势的销售战略 / / 12396. 推销员要懂变身术 / / 12397. 做好营销中的防守反击 / / 12598. 合理调整价格，提高市场竞争力 / / 12699. 全方位营销新产品 / / 128七、口吐莲花：营销中的口才运用100. 巧妙运用探询方式 / / 132101. 用精彩的言语吸引客户的注意 / / 133102. 灵活运用幽默法则 / / 134103. 探知顾客心理，排除推销障碍 / / 135104. 旁敲侧击的取胜之道 / / 136105. 用记录帮你说话 / / 137106. 不要用莽撞的语言冒犯客户 / / 138107. “欲进先退”的窍门 / / 139108. 优秀的推销语言能刺激购买欲望 / / 140八、用服务建立客户忠诚109. 大企业需要全方位的营销服务体系 / / 142110. 客户最微小的愿望也要满足 / / 143111. 让客户知道你在关注他们 / / 144112. 欢迎客户的抱怨 / / 146113. 胜利的明天要比胜利的前夜更艰险 / / 148114. 营销与服务密切配合 / / 150115. 千万别放过帮助客户的机会 / / 151116. 攻心为上，攻城为下 / / 152117. 营销不能“日攘一鸡” / / 153118. 用良好的服务制度吸引顾客 / / 155119. 用真诚的服务为顾客斟一杯热茶 / / 156120. 服务制度要不断完善 / / 158121. 创建高效的服务团队 / / 159122. 完善服务要不断学习 / / 160123. 服务工作要注重团队作战 / / 160124. 先抑后扬营销法 / / 161125. 好的服务可以使公司走出困境 / / 163九、酒香也怕巷子深：重视宣传推广126. 广告就是让大家都知道你的存在 / / 166127. 不要再迷信“酒香不怕巷子深” / / 166128. 广告贵新奇 / / 168129. 多渠道广告 / / 169130. 走向国际，广告先行 / / 171131. 用广告

塑造形象 // 172132 . 不同的销售阶段 , 要有不同的广告策略 // 173133 . 用名人作广告促销 // 175134 . 公共宣传效果好 // 176135 . 避免广告浪费 // 177136 . 要积极运用公共关系维护企业形象 // 179十、栽棵大树好乘凉 : 让品牌创造奇迹137 . 企业也要形象美 // 182138 . 形象营销事半功倍 // 183139 . 品牌要发展 , 就要不断创新 // 184140 . 打造品牌个性 // 185141 . 品牌 : 以质为本 // 187142 . 赢得公众支持 // 188143 . 公益营销能够树立好形象 // 189144 . 品牌总动员 // 190145 . 市场细分的妙用 // 191146 . 商标是企业的无形资产 // 192十一、靠创新赢得先机147 . 先想一步 // 194148 . 创新就要拒绝平庸 // 195149 . 善于发现别人看不到的商机 // 196150 . 营销切忌模仿 // 197151 . 不要让思维定势束缚你的思想 // 198152 . 从点子中赢得效益 // 199153 . “亚马逊”的启示 // 201154 . 妙用网络营销 // 201155 . 网络营销内外互动 // 203156 . 网络营销的优势 // 204十二、电话和信函营销157 . “搭好”电话线就能挣大钱 // 208158 . 避免三番五次打电话 // 210159 . 避免电话交谈误入歧途 // 211160 . 要使拍板人感觉你很棒 // 213161 . 用电话推销自己 // 215162 . 先亲近后洽谈 // 216163 . 如何应对潜在客户说“我没空” // 217164 . 不应隐瞒缺陷 // 220165 . 学会用“纸和笔”赚钱 // 221166 . 用一张纸就能表达你对客户的尊重 // 223167 . 保证顾客能读懂你的信 // 225168 . 新的信函营销方式——e-mail营销 // 226参考文献 // 228

## 章节摘录

书摘1. 观念决定命运 两个乡下人外出打工，一个去上海，一个去北京。可是在候车厅等车时，又都改变了主意，因为他们听邻座的人议论说，上海人精明，外地人问路都收费；北京人质朴，见吃不上饭的人，不仅给馒头，还送旧衣服。去上海的人想，还是北京好，赚不到钱也饿不死，幸亏车还没到，不然真掉进了火坑。去北京的人想，还是上海好，给人带路都挣钱，还有什么不能挣钱的呢？我幸好还没上车，不然就失去了一次致富的机会。于是他们在退票处相遇了。原来要去北京的得到了去上海的票，去上海的得到了去北京的票。去北京的人发现，北京果然好，他初到北京一个月，什么都没干，竟然没有饿着。不仅银行大厅的太空水可以白喝，而且商场里欢迎品尝的点心也可以白吃。去上海的人发现，上海果然是一个可以发财的城市，干什么都可以赚钱。带路可以赚钱，开厕所可以赚钱，弄盆凉水让人洗脸也可以赚钱。只要想办法，再花点力气就都可以赚钱。凭着乡下人对泥土的感情和认识，第二天，他从郊外装了十包含有沙子和树叶的土，以“花盆土”的名义，向不见泥土又爱花的上海人出售。当天他在城郊间往返六次，净赚了50元钱。一年后，凭“花盆土”他竟然在大上海拥有了一间小小的门面房。在长年的走街串巷中，他又有一个新发现：一些商店楼面亮丽而招牌较黑，一打听才知是清洗公司只负责洗楼不负责洗招牌的结果。他立即抓住这一空当，买了梯子、水桶和抹布，办起了一个小型清洁公司，专门负责清洗招牌。如今他的公司已有150多个员工，业务也由上海发展到杭州和南京。前不久，他坐火车去北京考察清洗市场。在北京站，一个捡破烂的人把头伸进卧铺车厢，向他要一个啤酒瓶，就在递瓶时，两人都愣住了，因为五年前他们曾经交换过一次车票。由上面这个小故事，可见观念决定命运。对于企业来说，“观念也是生产力”。市场营销为什么有如此巨大的魅力？为什么如此深入人心？其秘密就在于市场营销观念的影响和传播，使企业有了克敌制胜的思想武器，使经营者有了行动的指南。如“让每个人的桌子上都有一台电脑”，这就是IT帝国微软当年的营销信念，比尔·盖茨正是靠着它的指导，将windows操作系统的大旗插在了世界的每一个角落。大量的事实说明，企业与企业的差异，很大程度上取决于管理者思维方式与观念的差异。 P2

## 媒体关注与评论

书评本书中既有妙趣横生的故事，又有经典的案例，既有妙话点评、成功经验分享，又有可以珍藏以受益终生的智慧金言。

## 编辑推荐

本书是168系列智慧丛书的第三卷。本书深入浅出地介绍了营销的奥秘和真谛、经验和技巧，读起来趣味盎然。在当今的商战中，打好营销战对企业成败至关重要，然而不光是企业才需要营销，个人也需要营销。本书中的营销技巧将使热爱学习、充满激情的营销人找到人生的立业立身之本。本书既有妙趣横生的故事，又有经典的案例，既有妙语点评、成功经验分享，又有可以珍藏以受益终生的智慧金言。本书以讲故事的方式，用生动、有感染力的168个故事和典型事例，来阐释营销领域最新、最有效，最实用的智慧和法则。书中既有引人深思的点评，又有较为实用的技巧和方法，本书最大的特点是可读性和实用性的完美结合，它能最大程度地激起你的阅读兴趣，是营销业内人士和一切成功人士的最佳选择。

## 精彩短评

- 1、质量不错，挺好的。朋友挺喜欢的。
- 2、正在读 (\*^\_\_^\*)



## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)