

《玫瑰面包营销学》

图书基本信息

书名：《玫瑰面包营销学》

13位ISBN编号：9787542925466

10位ISBN编号：7542925466

出版时间：2010-6

出版社：立信会计出版社

作者：邢群麟

页数：236

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

《玫瑰面包营销学》

前言

“玫瑰面包”诞生记 老板阿俊有着自己的一家小面包店，不求业绩赛过全国连锁的面包公司，但求在当地面包市场中分得自己的一杯羹。然而，和所有的小店老板面临的问题一样，随着大型超市、便利店以及连锁蛋糕店陆续开张，阿俊的小面包店因其资本势单力薄、产品多样化低，自然难以和大型的品牌竞争。日益惨淡的经营让这位曾经志在面包行业成就一番事业的小老板一筹莫展。你是否也和阿俊一样，正辛苦地操持着一家自己的小店，进货、选址、店铺各个方面都要靠自己里外张罗，还得每天面对着挑剔的顾客，在大品牌的挟持下夹缝里生存，感慨如今生意是越来越难做了……

阿俊老板和你一样。每天都在思考着如何从困境中突围。为自己的小店谋求更大的发展。这位思路活络的小老板喜欢在与顾客的闲聊中寻找灵感。这天，他在与一位学生顾客的聊天中发现，他的不少顾客都是给自己的女朋友来买甜点，爱心糕点除了具有填饱肚子的效用，还兼具着传情达意之用。

——一个“玫瑰面包”的创意因此应运而生。既然阿俊面包店面向的主要顾客群是周边学生，既然学生中总是不乏浪漫主义者，既然浪漫者也爱吃面包，那么，我们何不开创一种既美味可口又兼具浪漫的“玫瑰面包”？

《玫瑰面包营销学》

内容概要

都说失败的经营有千种万种。而成功的经营却有规律可循。《玫瑰面包营销学:妙趣横生的开店妙计》将为更多辛苦战斗在商业苦海中的生意人，提供获取成功的更有效的营销法则。你该如何把握商场中浩如烟海的信息？

你该怎样抓住挑剔顾客变化莫测的需求？

你對自己销售的产品真的足够了解吗？

你跟消费者讨价还价的胜算是什麼？

你依据什麼来选定自己的店铺地址？

你还认为小店的促销只有“自卖自夸”的吆喝吗？

你觉得隔壁商铺只要不跟你抢生意就没什么关系了吗？

你想过为自己的小本经营也树立独树一帜的“品牌”吗？

……
小店经营已经不仅仅是比谁更辛苦、更卖命的时代，如今的胜算在于谁能够在营销智慧上略胜一筹。辛苦经营的你，在忙碌的奔波之外，其实只需要抽出一点宝贵时间，对自己正在做的事情有一些新的认识与思考——或许，生意可以做得更轻松。

书籍目录

CHAPTER 1 玫瑰和面包的嫁接——生意的特色何来 定位打造营销新品 只理“板寸”的理发店，找准定位才能做到最好 亏本的买卖也赚钱，懂顾客心理才懂营销智慧 莫贪小利砸了招牌，小店也要树立品牌 每一名顾客的身后，还有250名潜在顾客 找准自身商业模式，就是找到挣钱方式 客不在多贵在精，“精确营销”找准最佳顾客 CHAPTER 2 卖的要比买的精——店主的市场调研 不要把自己臆断的顾客需求当成顾客的需求 了解顾客偏好，才能投其所好 巧妙的提问，挖掘顾客的真正需求 顾客的购买标准并非雷打不动 把握市场先机，才能不断发现盈利点 市场调研不只是下属服务员的事情 CHAPTER 3 要比顾客更懂顾客——店主的消费者心理学 换位思考激发顾客购买欲 抓住女性非理性消费行为的契机 用真诚打动内向型顾客 避免向随和型顾客不停施压，以免弄巧成拙 敏锐地发现成交信号，提高销售效率 给顾客便宜为什么反而赶走了顾客 放出稀缺信息，直击顾客担心错过的心理 洞悉顾客的微妙心理，敲开销售的一扇门 用心传递价值，让客户没有后顾之忧 CHAPTER 4 开业大吉——店主的商圈分析学 没有进不去的市场，只有未想到的办法 小池鱼多，大池鱼少：找准属于自己的商圈 相中“小资”群体，月利1万多 赚钱有招的小书摊，市场调研其实并不难 市场插缝补缺，最适合小店变大店的经营诀窍 掌握决定80%市场的20%的资源 遍地皆兵的长尾理论 CHAPTER 5 货架上的秘密武器——店主的商品选购学 人性化产品，打造产品新竞争力 调整商品结构，选对货品很重要 白鸡蛋、红鸡蛋，价格为啥不一样？ 单一特色产品经营，让你的店铺更专业 经营奢侈品，打造高利润率的店铺 定做腰带，小店照样很有赚头 农家院中种蔬菜，把最平常的生意做出个性化 互补产品一起卖，方便消费者，更提高了销量 CHAPTER 6 “头回客”与“回头客”——店主的服务营销学 服务员的素质决定了服务质量的高低 质量有问题不要只想着搪塞顾客 处理顾客异议是一门优雅的艺术 店面里一定要有充足的备用零钱 温情的善意，让顾客心甘情愿选择你的产品 热情过度也会让人受不了 从源头上堵住服务的漏洞 给顾客一个无后顾之忧的售后保障 CHAPTER 7 巧问妙答——店主的谈判心理学 懂定价，才能做“精明老板” 定价是一门学问，不一定越低越好 折扣定价，更有效的定价模式 一分钱的折扣也能吸引到最忠诚的顾客 赔小本赚大吆喝才能吸引更多顾客 为新产品选择合适的定价策略 只要让顾客觉得值，报价也能成为促销手段 差异化定价，你自信顾客才会自信 讨价还价有方法 CHAPTER 8 营造温馨购物环境——店主的卖场营销学 背景音乐，营造合适的购物气氛 选址精准，保证一次开业就是万花喜 让顾客一眼就能找到需要的商品 商品不能太“高不可攀” 货架摆放太糟糕，会让顾客莫名恼火 不及时补货是最划不来的损失 小店的光线不能太暗，否则顾客看不清商品 要让顾客安心购物 CHAPTER 9 出奇招，拼花样——店主的促销学 加一个蛋还是两个？了解顾客心理巧发问 优惠越多，顾客越常来 样品赠送促销，勾起消费者购买欲 大方送出小礼物，传递温暖、友谊和爱 小店也要大宣传，用最少的钱做最大噱头的广告 逆反心理，打消客户“下意识”的自我防卫 CHAPTER 10 研究隔壁商販——店主的竞争营销学 竞争能刺激需求，消费者更爱价格战 与对手做邻居，“规模效应”吸引更多顾客 纯手工仅此一件，让你避免价格战 顾客自定价餐馆，让你的自信打败对手 同行是冤家，但也是共建商圈的哥们儿 有文化内涵的产品不要轻易打折 不是你死就是我亡，竞争依旧是这么残酷 和同行竞争，比较优势是决胜法宝 CHAPTER 11 大家伙有大智慧——向大企业学营销 可口可乐：小商铺也可以学习体验营销 谭木匠：产品精神是最不为人知的武器 7-11：不求便宜，只求便利 屈臣氏：低价，但不让顾客觉得掉价 WIN 7：向微软Windows 7学习饥饿营销 贝因美：社会责任营销实现企业和社会的双赢 丰田公司：国际市场促销是基本促销方法的升华

章节摘录

李俊生是一个很合格的生意人，因为他在开店之前作了比较充分的市场调研和商圈竞争环境与收益的权衡。在北京，对茶叶需求量大的人往往喜欢选择隔三差五地去大的茶叶市场，因此那些地方喝茶的人更集中且平均消费更高，而在一般的小区等地方，喝茶的人确实一点都不集中但茶行竞争不激烈，认清这个形势，就可以根据自己的实力和偏好来选择开店地址了。在巨大、广阔且多样化的市场中，你不可能通吃所有顾客和所有地盘，然而，你可以根据消费者分布情况和人流情况把不同的市场进行归类，如分为零星分布的零售市场和批发市场等。一般情况下，零星分布的零售市场上虽无竞争，但却具有比一般市场更大的风险。开拓一个区域的新市场，初期需投入巨大的成本，如营销宣传、建立厂房或店铺、商品设计以及一些市场制度不规范带来的相关成本等。如果这个新市场需求量不够强劲，没有足够的潜力可以挖掘，那所有的投入很可能就是肉包子打狗——有去无回；相比之下，一般的批发市场或者集中的商圈中虽然竞争激烈，却有着巨大的市场需求，而且市场制度已较为规范，市场进入成本也较小，如若能做出产品特色，做好市场营销方面的工作，获得一定市场需求的可能还是很大，从而风险要小许多。选择好市场区域和开店地址后，就可以结合自己的优势和资金等情况，进行细致的市场开拓，但前提一定是，你必须作好比较详细的市场调研。很多创业者总认为“市场调研”四个字没有什么实质性意义，且浪费很多钱，因此往往出现开店后面临惨淡市场的尴尬境地。

《玫瑰面包营销学》

编辑推荐

让你大吃一惊的小店经营智慧书！原来，这样开店也能赚大钱！ 绝大多数的创新都来源于模仿。因此，学习、创新、超越是与同行竞争的三部曲。 每天的报纸广告至少要看一遍。不知道顾客订购的新产品是什么，这是商人的耻辱。 只花一元钱的顾客，比花一百元的顾客，对生意的兴隆更具有根本性的影响力。 人流就是商流。 地点的好坏，比商店的大小更重要；商品的好坏，又比地点的好坏更重要。 销售前的奉承，不如售后服务。这是制造“永久顾客”的不二法则。 如果你是对的，就要试着温和地、巧妙地让对方同意你；如果你错了，就要迅速而热忱地承认。这要比为自己争辩有效和有趣得多。 当着顾客的面斥责店员，或夫妻吵架，是赶走顾客的“妙方”。 严守不二价。减价反而会引引起混乱和不愉快，有损信用。

《玫瑰面包营销学》

精彩短评

- 1、我是买来写论文用的，挺好的。
- 2、买来随手看看，内容还不错。
- 3、很实用。简单易懂
- 4、不错
挺满意的
- 5、挺好的 一直在当当买 相当放心
- 6、很有趣~~~不错
- 7、书刚刚收到装订的质量不好，脱胶，翻一页就脱一页的胶，刚收到书，翻开前面几页就开始脱胶了，感觉整本书要是翻完的话应该就会一页一页的掉出来，哎。。。郁闷，这质量也太差了吧，但是另外一本到是装订挺不错的，质量挺过关的，这本书就是不知道为什么会这样子。
- 8、这么脏，读书的心思都没了
- 9、作为营销方面的书，写的简短又易懂。
- 10、是在网上看到了一些片段，后来选的这本书。很不错！我很喜欢，内容生动不晦涩。
- 11、例子简单，看了之后，可以好好思考。希望找到点灵感
- 12、挺好的，挺实用的~
- 13、玫瑰面包营销学，妙趣横生的开店妙计！开店不得不看！连锁专卖模式不得不看！值得推荐与阅读！
- 14、名字比内容好 实用性比文笔好 总之不大有兴趣看下去但还算易懂。
- 15、刚收到书还没来得及看，质量有点失望！物流是快得必须赞！
- 16、今天收到货，粗略看了一下，内容还不错，希望能让我找到一些灵感，总体OK
- 17、比较轻的一本，喜欢这种写作风格的调调，能学到特别的东西
- 18、就是一本很一般的书 里面的内容很书面

《玫瑰面包营销学》

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