

为什么卖不出去——如何对销售不畅进行诊断



[为什么卖不出去——如何对销售不畅进行诊断_下载链接1](#)

著者: (日) 岩下礼二郎

出版者: 西南财经大学出版社

出版时间: 2000-08

装帧: 平装

isbn: 9787810556293

作者介绍:

1937年

出生于日本长野县佐久市。1961年毕业于早稻田大学政治经济系。1962—1970年在出版业从事单行本、杂志的编辑工作。1971年在TBS贩卖公司就职，从事国际教育开发工作，担任日语版国际大百科事典的推销工作，成为顶尖级营销员，后担任3个月的营销主任、6个月的营销课长，1年后升为营销支店长。1973年加盟产业教育训练公司、杰克股份有限公司。先后担任营销员、营销经理、管理培训讲师、经营管理咨询专家。1990年开发编写了《创造性解决问题能力强化训练》(MK图表)、《(创造顾客战略)创造力训练》(A型图表)，现任董事兼开发部部长，著有《具有创造性思维的营销员》(杰克公司出版)。

目录: 前言

绪论提高“营销能力”的黄金时代

一、心想才能事成

1. 凭借营销能力而扩张的“朝日啤酒”公司

2. 同一商品的销售因营销能力不同而迥异

二、不实施建议营销方式就难以打开销售局面

1. 运用建议营销方式取得成功的外资人寿保险公司

2. 运用广告宣传策划进入量贩业的成功范例
3. 托斯特姆公司的“建议营销”部队

第一章 解决问题：变卖不掉为顺利卖出去

一、对“滞销病”的诊断

1. 问题解决的过程
2. 营销的暗淡现状（病情的诊断）
3. 面临危机，观念须转变

二、查明“病因”

1. 多方探究滞销的病因
2. 用社会的、历史的观点解剖“滞销的原因”
3. 深入挖掘分析问题原因并加以整理
4. 真正的原因是什么

三、治愈“滞销病”后“应有的健康状态”

四、解决问题的关键——一颗螺丝钉

1. 穴中之穴，一颗螺丝钉
2. 观察病情，分析病因，明确恢复状态，寻找解决问题的“螺丝钉”
3. 两个前提条件

第二章 架设“桥梁”的两个前提条件

一、跨越“不连续的山谷”的MK图和A型图

二、认识“不连续的山谷”的存在及其性质

1. 面对180度大转弯的市场，你怎样应对
2. “煮熟的青蛙”现象
3. 认识“不连续的山谷”的背景——时代的变迁
4. 平成维新——结构变革的背景

三、打高尔夫球与营销

1. 营销的技能、方式和理念
2. 正确的精神准备——以“有价值的精神”为第一要务
3. 支配营销方式的营销理念
4. 营销人员的营销理念
5. 传统的市场营销模式
6. 全新的市场营销模式

四、充分理解掌握“新能力”的必要性

1. 具有创造性的概念技能
2. 需求调查能力
3. 营销的基本能力
4. 营销基础中的基础——商务谈判能力

第三章 “解决问题”和“制定战略计划”的方法

一、正确的“建议式营销”

1. “建议式营销”的正与误
2. 为什么不会开展“建议式营销”
3. 正确的“建议式营销”的必备条件
4. 重要的是“解决问题”和“制定规划”的“生产能力”

二、解决问题的MK曼陀罗图结构

1. 解决问题的“问题”
2. 解决问题的方式和理念
3. 解决问题的五大要素和基本结构

三、MK曼陀罗图编制方法概述

1. 两种思维方法
2. “苦”和“重要的苦”
3. “集”（原因）和“真正的原因”
4. “灭”（应有的状态）
5. “一颗螺丝钉”
6. “道”（解决方案）
7. 运用MK曼陀罗图方法诊断“滞销病”

四、MK图的编制案例

1. “题”模块各项目的写法
2. “苦”和“重要的苦”
3. “集”和“真正的原因”
4. “灭”
5. 找到“一颗螺丝钉”
6. 案例中应注意的问题
7. “道”和“行动计划”
8. 最后是提“建议”

五、A型曼陀罗图的结构

1. “有价值的战略建议”方法训练
2. “判断”、“对策”和“准确性”
3. 了解顾客
4. 了解竞争对手和自己

六、A型曼陀罗图的编制和记入

1. 如何发现顾客的“潜在需求”
2. 竞争者的信息等重要项目
3. 形成“有价值的新观点”和对新观点的鉴别

七、运用两个图提高调研能力

八、使用MK和A型图，编制有创意的建议书

1. 设身处地为顾客着想
2. 由MK图编写有创意的建议书
3. 由A型图编写有创意的建议书

第四章案例

1. 利用建议式营销方法，成为顶尖级营销员的典范——栗野智子

☆真正的建议式营销是这样取得成功——MK·A型图实践记录

☆向A公司成功地提出营销建议，信心大增

2. MK·A型图是改进经营管理工作的有力武器——京都电机股份有限公司仲间良雄的体验

☆通过编写建议书，方知MK·A型图的意义

3. 灵活运用MK图和A型图的杰出营销员——吉田裕之

☆在与顾客商谈过程中随时运用MK图

☆运用A型图灵活编写“建议书”

后记

· · · · · (收起)

[为什么卖不出去——如何对销售不畅进行诊断_下载链接1](#)

标签

评论

[为什么卖不出去——如何对销售不畅进行诊断_下载链接1](#)

书评

[为什么卖不出去——如何对销售不畅进行诊断_下载链接1](#)