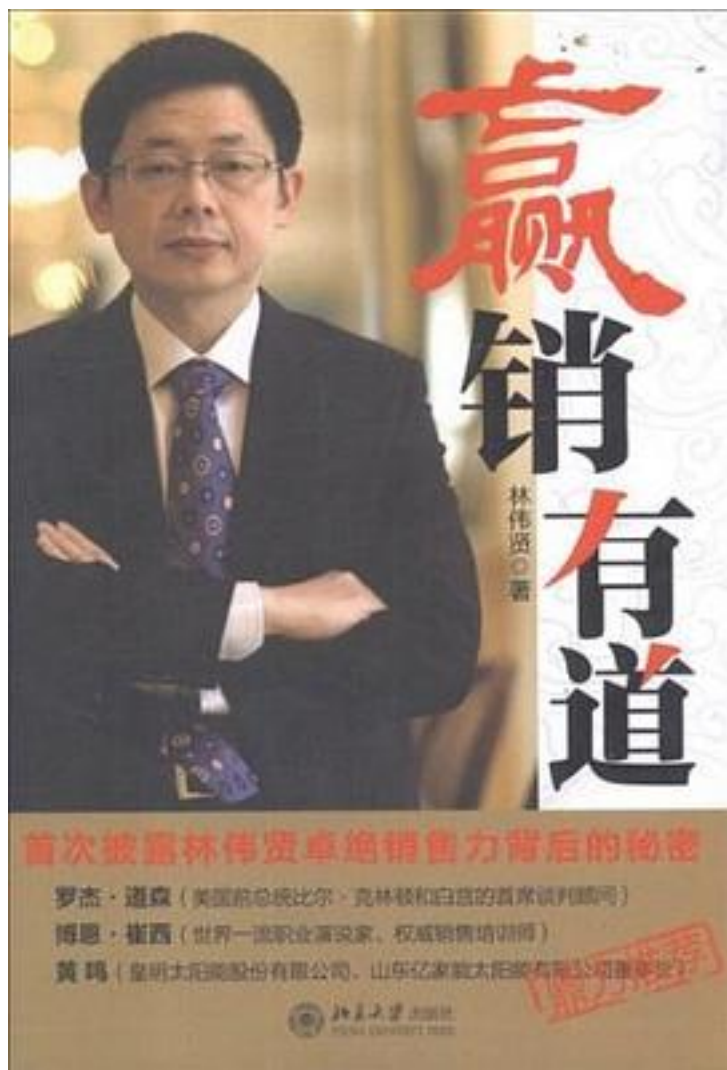


# 赢销有道



[赢销有道\\_下载链接1](#)

著者:林伟贤

出版者:

出版时间:2012-8

装帧:

isbn:9787301208236

《“赢”销有道》内容简介：住邦房屋如何用7家店做出对手50家店的业绩？同样是便利店，为什么7—11这么成功？“亚洲第一门房”黎炳沛是如何服务客人的？……

这些，你都可以在这本《赢销有道》中找到答案！

林伟贤老师将营销理论融入到实战中，用大量的案例将读者带进有趣的营销世界，并阐述了很多实用的营销策略和技巧，如：让客户离不开你、让业绩倍增的六大营销策略、增加潜在客户的18种方法、5招让回头客青睐你、让客户忘记价格并记住产品价值，等等。

通过这本《“赢”销有道》，你可以轻松地掌握营销前的布局、营销中的策略，并随时应用在实战中，指导你成功拿单。这是一本读了就能用的营销实战手册。

海报：

作者介绍：

目录: 第一章 营销中的定位  
第一节 将定位植入客户大脑  
由外到内，不断向客户强调你的定位  
选择营销策略里的重点，缩小你的定位  
准确定位你的独特优势，不与对手死磕  
用心把服务做到最好  
第二节 营销定位的步骤与法则  
营销定位的五个方向  
七个步骤优化定位，让客户锁定你  
遵循强化定位的五大法则，让客户离不开你  
第二章 营销中的品牌  
第一节 打造拳头产品，锁住消费者的心  
用拳头产品吸引客户  
突出拳头产品，以拳头产品带动销售  
第二节 为产品注入商业信仰，增加品牌价值  
用商业信仰赋予产品价值和意义  
让品牌价值口口相传  
品牌价值让客户无比忠诚  
用1%的关键点赢得100%的回头客  
第三节 品牌力量源于核心设计原则  
寻找核心设计的关键点  
全面体现核心设计原则  
第三章 营销策略与技巧  
第一节 让业绩倍增的六大营销策略  
感动营销：良好的感动创造更大的价值  
公关营销：持续留住客户  
广告营销：为好产品配备好广告  
主动营销：主动出击，而不是坐等客户上门  
事件营销：借助事件造势  
谋略营销：好产品要有好的配套方案  
第二节 助你实现销售任务的营销技巧  
销售中的三大任务  
增加潜在客户的18种方法  
增加客户消费额与销售利润的6种方法  
5招让“回头客”青睐你

在实践中凝练的实战销售要诀  
第四章 营销中的客户服务  
第一节 客户是营销的起点和终点  
服务营销在于“感”和“心”  
在客户中建一条信息通道  
小需求创造大市场  
第二节 让客户只记得服务价值，忘记产品价格  
服务要注重过程，而不能只关注结果  
将客户的报怨变成销售的转折点  
少做承诺，多出行动  
持续做好服务，降低客户“背叛”的可能性  
跟客户聊天，记录客户关心的信息  
主动出击，持续给客户留下印象  
让客户感觉到你的真心  
给客户回馈  
．．．．． (收起)

[赢销有道\\_下载链接1\\_](#)

## 标签

多看阅读

友邻赠书

## 评论

这书真蠢……充斥着愚蠢的鸡汤

-----  
失望，基本都是废话，空理论。

-----  
[赢销有道\\_下载链接1\\_](#)

# 书评

-----  
[赢销有道\\_下载链接1](#)