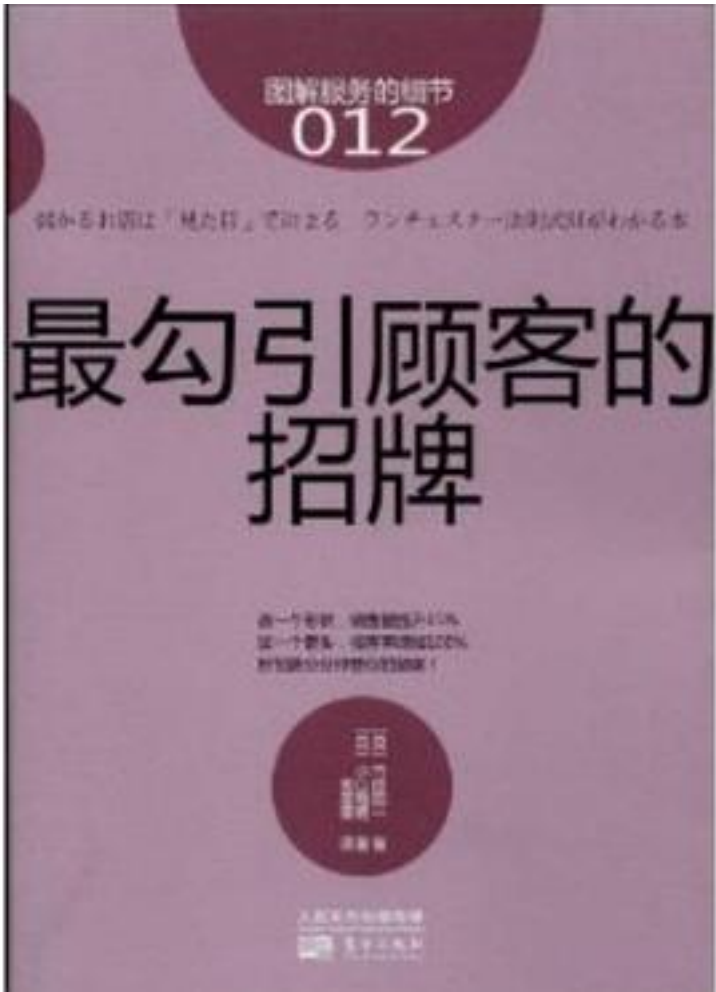


图解服务的细节12:最勾引顾客的招牌



[图解服务的细节12:最勾引顾客的招牌_下载链接1](#)

著者:竹田阳一 (Takeda Youichi)

出版者:

出版时间:2013-8-1

装帧:平装

isbn:9787506065924

《图解服务的细节12:最勾引顾客的招牌》中作者所讲述的不仅有能使小店铺变成大店铺的具体方法，还有能使小个体户变成具有代表性的大连锁店的宏观市场战略。

作者介绍:

目录: 目录

序言／1

前言／5

序章打造魅力店铺有规可循／1

你的店铺形象如何／3

不知如何展现店铺魅力的店长们／4

传播店铺魅力的手段与技巧／5

优秀经营者的条件／5

将兰彻斯特定律应用于招牌／7

招牌不够新颖或不匹配造成顾客的大量流失／8

基于市场理论的招牌运用法／10

第1章什么是SI店铺同一性／13

什么是SI（店铺同一性）／15

兰彻斯特公式中的SI／16

兰彻斯特公式SI的要素／18

24／要素的组合展现

24／你的店铺是否具备同一性

27／店铺95%的标识都不具备同一性

28／找出店铺的“强项”发现同一性

30／必须明确将什么商品通过什么手段卖给谁

36／用提炼的要素设计的标识来实现同一性

37／SI（同一性）的确立是店铺在本地区首屈一指的绝对条件

41／第2章试着自己分析自己的店铺

43／自我分析的目的

45／即便是简易分析也能发现SI的不统一

49／SI店铺分析的要点

55／第3章活用SI的标识策划

57／引起好感的标识表现

58／强调同质性的SI表现

59／舍弃的勇气

60／舍弃的效果

62／你希望顾客怎样的时机光顾

63／让SI表现出悬念

64／平衡和统一

65／CI为什么失败

67／第4章市场与SI

69／变化的市场战略

首先用“顾客本位”来思考／70

正因为限定在小范围，才要“顾客本位”／72

将与竞争商家的差别化进行到底／75

为何“三分靠商品，七分靠销售”／78

明确在哪一区域哪些顾客群体中成为第一／81

兰彻斯特定律的市场策略令弱者可能成为第一／83

店铺商圈设定的关键点／85

第5章以成为区域第一为目标，

兰彻斯特公式SI的实践／91

区域第一即魅力第一／93

魅力的基础是平衡／94

表现店铺各自特性／95

用兴奋感来强调魅力／96
安心感的范例——7&11／97
用销售感・兴隆感来拉开与竞争对手的距离／98
.....
第6章兰彻斯特公式SI的标识表现要点／107
第7章顾客因招牌大幅增加——兰彻斯特公式SI的实际事例／159
终章本公司的兰彻斯特公式SI／193
后记小山雅明／205
• • • • • ([收起](#))

[图解服务的细节12:最勾引顾客的招牌_下载链接1_](#)

标签

- 营销
- 日本
- 市场营销
- 服务的细节
- 广告策划营销
- 餐饮
- 商业
- 设计

评论

看着作者的成功案例 vs中国统一招牌运动。。。

部分内容非常有价值，表述太啰嗦扣一星。

关于门头和店铺外观吸引顾客

[图解服务的细节12:最勾引顾客的招牌_下载链接1_](#)

书评

如果说书名是一个招牌的话，那么内容就相当于店铺经营的项目和商品。招牌对店铺来说很重要，书名对读者来说同样重要。一个好的书名可以吸引读者打开这本书，就如同一个好的招牌能吸引顾客走进店铺一样。
在这本书名的吸引下，我打开了这本书。让人惊喜和意外的是，内容远比书...

[图解服务的细节12:最勾引顾客的招牌_下载链接1_](#)