

# 颠覆价格



[颠覆价格 下载链接1](#)

著者:孙向阳

出版者:中华工商联合出版社

出版时间:2015-4

装帧:平装

isbn:9787515812861

随着消费者认知和购买习惯的改变，我们已然进入“微时代”，《颠覆价格：高利润销售的秘密》为读者揭秘如何在变化的“微时代”市场环境中打破消费者固有的价格认知模式，赋予产品高价值，创新产品文化价值和组合价值，让产品定高价依然畅销如故。

作者介绍:

孙向阳，现就职于江苏省教育科学研究院基础教育研究所。当过数学教师、班主任、学校教育科研员。在各级各类的教育论文评选中多次荣获一等奖，教学赛课也曾获一等奖。

第一名。是市级优秀青年教师，学科带头人。在担任校长助理、副校长、校长兼书记期间，学做思想与行动兼具的学校教育管理者，创办过名校的分校，经历了多种类型学校的历练。从事基础教育研究以来，发表教育论文数十篇，主编著作三部。

目录: 第一章 改变思路才有出路，把丢失的利润找回来

你在损失利润吗

利润核心是顾客、产品、企业

打造整体营销系统

改变思路比提升利润更重要

清除影响利润提升的各种障碍

发掘利润必须突出优势

整合资源，找回利润

客户推介系统是高利润的源泉

撬动价值杠杆，赚未来的钱

第二章 专业才能卓越，“高价”客户更信任专家

保持专业形象

成为顾客的销售顾问

帮助客户成功

超越顾客的期望

提供问题的最佳解决方案

成为客户的最佳和唯一选择

第三章 心动才行动，“高价”消费需引导

让客户感受到产品带来的愉悦体验

高品质是最核心的优势

明确客户的真实需求

满足客户需求，赢得客户芳心

顾客不是在购买，而是在投资

安全感引导客户购买

第四章 不卖产品卖感觉，让客户感受到尊贵和地位

国内外顶级品牌的超级服务

让客户体会到优越感

有一百个顾客，就有一百种不同服务

尊重客户，让客户觉得有地位

为客户“量身定制”高品质服务

营造客户感受尊贵的氛围

第五章 不谈价格谈价值，让“高价”有不可阻拦的理由

附加值就是高利润

塑造品牌价值，让顾客“占便宜”

限量高质，物以稀为贵

不可替代

创意设计

技术领先

有故事作为口碑

强大而长期的广告

明星追捧，借名气达到销售目的

第六章 不让客户说“不”，给客户无法降价的理由

发掘“让我考虑一下”背后的意义

顾客不出高价或没有购买的原因

回应反对意见，你准备好了吗

对降价请求做出明确答复

谈判中守住高价的五大技巧

如何面对竞争对手降价

第七章 不做“一锤子买卖”，打造大客户终身价值系统

利润的金矿：客户价值管理  
高利润销售源自大客户管理  
客户买的到底是什么  
挖掘客户的终身价值  
挖掘顾客背后的潜在客户  
跟踪客户，维系客户关系  
珍惜每一次“抓”的机会  
第八章 高利润销售策略：揭秘品牌如何利润最大化  
高端家居建材产品的高价营销秘诀  
一瓶水能卖到多少钱  
芝华仕的高调体验  
宾利的定价机密  
苹果的营销利器  
香奈儿的终端打造  
慕斯的情境营销  
第九章 高利润赚钱系统，商业模式的力量  
改变商业模式能获取更高的利润  
持续盈利是获取高利润的源泉  
高效的宜家家居卖场，系统营销是关键  
高利润盈利的真谛  
打造高利润盈利的商业模式  
后记  
· · · · · (收起)

[颠覆价格\\_下载链接1](#)

## 标签

销售管理

销售

经济

企业利润

价值营销

## 评论

基本概念有讲到，但没啥深度。

-----  
概念太多，案例都是老掉牙的！方法都是别的书上写的！没有连贯的东西，京东特价买的。时候初学者消遣看看。稍微有点营销功底的，，，不要看了

-----  
[颠覆价格 下载链接1](#)

书评

-----  
[颠覆价格 下载链接1](#)