

<<选对方法赚大钱>>

图书基本信息

书名：<<选对方法赚大钱>>

13位ISBN编号：9787500841999

10位ISBN编号：750084199X

出版时间：2008-11

出版时间：工人出版社

作者：闭江锋

页数：134

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：<http://www.tushu007.com>

<<选对方法赚大钱>>

内容概要

当今这个时代，已进入到行销的时代。
行销决定了企业的生死命运。

杰·亚伯拉罕曾被美国最有影响力的《成功》杂志称为“当今在世的最伟大的行销专家”，是这个星球上最昂贵、最成功、最有效的行销顾问。

他曾经帮助过456个行业，为300多位世界顶级专家提供过咨询，服务过1 2000多家企业。

世界最顶尖的企业都是他的客户，如：微软、IBM、花旗银行、联邦快递等等。

他卓越的行销思想来自于这些实践，并在实践中不断地得到发展、充实和深化。

本书即是一本全面系统地介绍杰·亚伯拉罕整个营销体系的经典之作。

从《选对方法赚大钱》中，如果您体悟到了他那高人一筹的思想，采用了他很实用有效的策略和方法，您将会快速提升业绩，在生意中获得倍增的利润。

<<选对方法赚大钱>>

作者简介

闭江锋，PDCA绩效管理模式创始人，德惠科技有限公司总裁，中国冠军企业案例研究员。

作者曾多次参加世界第一名大师的培训课程，其中包括行销、谈判、催眠、公众演说等。

他的创业导向秘诀是：从一变多，不花一毛钱行销。

他擅长在台上迅速解决团队遇到的挑战；在最短的时间发现企业及业务团队的情况，并能精准的对症下药：有效的自我激励并激励他人。

他的使命是：帮助一万家企业。

增加销售与扩大利润倍增100倍以上。

<<选对方法赚大钱>>

书籍目录

序言 世界第一营销之神——杰·亚伯拉罕第一讲 杰·亚伯拉罕讲 营销法则一、营销是21世纪的终极业务杠杆二、哈佛商学院都学不到的七大营销理念三、企业成功营销的七条准则四、避免人人都可能犯的十大市场营销错误第二讲 杰·亚伯拉罕讲 营销战略一、增长业务的三种战略思想二、突破局面的12根战略思考支柱三、业务飞速成长的九大动力四、了解顾客的终生价值五、事业成功不可替代的基石——服务和诚信第三讲 杰·亚伯拉罕讲 营销战术一、推动业务几何级增长的帕台农神庙策略二、让风险逆转三、建立一个推介体系四、提出一个独特卖点五、教育你的客户六、让你比对手表现更为优秀的竞争策略七、出色营销的几项营销技能第四讲 杰·亚伯拉罕谈企业家成功商道一、3种企业家及5种创造企业财富的方式二、企业家14根思维模式支柱三、成功企业家遵循的21条重要原则杰·亚伯拉罕精彩语录

<<选对方法赚大钱>>

章节摘录

第一讲 杰·亚伯拉罕讲 行销法则 一、行销是21世纪的终极业务杠杆 在你为了业绩辛苦奔波时，在你的事业举步维艰时，你是否想到你能不断扩大你的业务，获得比现状更大的成功？是否想到你能以五到二十倍的系数放大你的预期财富？

杰·亚伯拉罕告诉你，你必须学会使行销发挥杠杆的作用，这样才能使你的生意收入成倍地增长，使你的业务成倍地扩大，从而不断提升你的竞争力，成为你甩掉竞争对手、超越竞争对手的强大武器。

“现代企业管理之父”德鲁克曾讲到，企业只有两个基本的功能，一个是创新，另一个是行销，同时他还认为企业应当努力去创造和满足顾客的需求。

同样，在关注企业外部环境这一点上，杰·亚伯拉罕与德鲁克不谋而合，他认为在21世纪的企业经营管理中，行销是企业的终极业务杠杆。

所谓“终极”，是因为今天的企业已无其他杠杆可用。

毕竟，今天绝大多数企业已经简化成一种商品了，人们的购买行为没有太大的不同，广告的成本也相差无几。

就算企业轮班加班加点，轮班两次三次也不会带来多少优势。

称它为“杠杆”，是因为在杰·亚伯拉罕的行销思想中，通过利用有形的财务提升和无形的战略行销这两种方法所产生的合力可以大面积地拓展你拥有的任何业务，使你获得一个又一个业务佳绩；还能让你接手一批批的产品、服务、资产、分销渠道、专利、商标销售渠道以及智力资本。

由此可见，行销所起到的杠杆作用，可以极大地撬动你的财富。

想想看，当你雇佣的每一位销售人员的业绩都可能三倍或四倍于你的竞争对手，当你所打的每个广告获得的收益十倍于你的竞争对手，当你让每一位顾客从你那里购买的商品平均数额超过竞争对手的“50%~200%”……最后，甚至你能每年向每位顾客“额外”转卖商品无数次，并且每次向他们出售带有很大利润空间的多种多样的产品或服务——而此时，你就会发现你会以几倍或几十倍的比例遥遥领先你的竞争对手。

当然，杠杆作用不会凭空而得，或凭想象而得。

杰·亚伯拉罕提出你要想发展你的事业，就得用全新的视角观察你的企业，你的生活，你的目标和你的机会。

你必须在你的行销活动中成功地运用一些行销策略，这些策略会让你超越对手去建立一个系统以吸引新客户，并从不同角度增加现有客户的业务量，让你懂得如何建立及达到开发你的潜能的特殊目标，让你学会如何去了解现有客户、潜在客户、员工、上司与厂商的需求等等。

在杰·亚伯拉罕的行销思想中有两种策略能够增加你的收入：第一种是充分利用现有的资源并将其尽情地发挥；第二种是利用各种方法扩大你的极限。

这两种特别的策略都非常守合杠杆原理的精髓。

杰·亚伯托罕就曾见到有人只在一个广告的大标题中修改了一个字，却带来了50000美元和250000美元的差异。

无独有偶，佛岁里达州的嘉年华邮轮公司当初创业时只有一艘船，资金很小，可这家公司以舱位和100多个城市的广播电视台及报社交换广告，为期达十几年，利用这种以物易物的策略，它不仅没花一毛钱的广告费，而且得到了一批固定的客户，到现在他们已经发展成世界上最大的邮轮公司。

实际上，利用杠杆原理也就在于挖掘你现有的潜力。

想想你现在还有多少的资源没有加以充分利用，你是否充分利用了你的时间，是否将你的时间花在能够带来最大回报的主业上，你是否从现有客户、潜在客户、供应商或是其他关系人身上取得了额外的收益，你是否有效地策略性地利用了现有的销售渠道……按杰·亚伯拉罕的方法，你完全可以做到这一点：你可以协助关系人获得市场上的新价值，从而给你带来好处，也可以通过这样形成的主客互惠关系，能最大化地利用你和关系人的资源；你还可以做一个什么资产都没有的中间人，通过利用其他人的资产来做生意，而这也不是不可想象的。

杰·亚伯拉罕指出：充分利用杠杆原理，就现有资源中获得最大的利益，是所有大财富的源泉。

案例1 四年前，有人告诉你“只交500元钱，就可把车开回家”，你会不会怀疑？

<<选对方法赚大钱>>

但这就是杭州某汽车租赁公司销售的主要广告语。

该公司注册资金只有几百万元，在短短的几年时间内销车几万辆，并在全国许多城市都开设了分公司，年销售额十几亿元！

这是在传统销售车的模式下几乎不可能达到的奇迹。

其实，他们成功的诀窍就是运用了租赁这个杠杆，采取以租代售的方式来实现这一切的。

他们是如何操作的？

首先，提出500元可以开走车这一震撼性的口号，降低了买车的门槛，让有能力付得起租金、又愿意现在就开上车的人买到车。

然后再将车的所有权和全额保险在公司担保的前提下抵押给银行，获得购车全款并向厂家支付。

这样做的好处是人为地扩大了需求，使许多本不具备买车条件的人都买上了车。

商家通过收手续费、保险公司的保险费折让和保险金的滞留而获得的利润是巨大的。

点评 行销的方法和策略是很多的，如果运用得当，收入就会飞速增长。

有时，当此路不通时，换种策略，便会有一种意想不到的效果。

上述案例，如果按照传统的老路该公司肯定走不通，即使走通了所花的代价也会很大，但通过一条很有吸引力的广告，通过把初始的购买风险降低，利用和关系人的互利合作，他们迅速地取得了成功。

杰·亚伯拉罕曾经为一家稀有金属投资公司做过策划，这是他上世纪80年代早期最大的一次成功。

稀有金属投资公司是一家小公司，当杰·亚伯拉罕第一次通过电话跟他们联系时，他们的总裁非常热情，但对行销战略好像一无所知。

这家公司之所以建立起了一家能够盈利的小经纪人业务公司，主要是因为他们被一家联系密切、非常受读者欢迎的通讯印刷商推荐给了客户。

这家公司以前采取的是利用邮件、推荐书，即一种自助式、没有什么动力的销售策略。

如果远期客户没有购买他们的产品，他们就这样通过现有的客户一如既往的进行下去。

而且他们从来不会再次联系客户。

杰·亚伯拉罕为这家公司提供了帮助，下面是他为稀有金属投资公司提供的一些策略的介绍

首先，为这家公司找准定位，主要是确立具有逻辑性和“显而易见”的商业思考。

杰·亚伯拉罕跟这家公司的管理人员解析，如果有人对它们公司感兴趣并来电询问，或者写信来了解更多信息，他们应当保证公司必须采取相应的跟踪服务行动。

然后，他为这家公司编写了全新的公司教材，让他们发出去对客户进行询问并收集反馈意见。

接下来，杰·亚伯拉罕把以个人名义的感谢信和公司教材一起编发。

这封感谢信会提醒被询问人，他本人曾经联系过本公司想了解更多投资信息，主要是金币、银币或稀有金属方面的投资。

然后会提供一些简单易懂并针对客户感兴趣的入门知识，接下来是提醒客户要小心谨慎，任何投资开始阶段都应该采取保守策略，远期目标要根据实际情况来确定。

最后，信中还建议可根据客户意愿安排第一次面谈，真正入市前会有经验丰富的贵金属专家提供建议，即便他们不打算购买也无所谓。

这一方法为该公司带来了大批客户。

然后杰·亚伯拉罕又拟定了长期战略以便为这家公司增加每位客户带来的净利润。

杰·亚伯拉罕了解到其他与之竞争的贵金属投资公司都是极力想要客户购买他们大量的产品，然后任由客户赔掉家当，再也不管客户死活。

杰·亚伯拉罕决定把这家公司打造成为一家以培养客户为主，长期的、全力以赴的、对客户始终关心如一的经纪人公司。

他确定这家公司应该永远把客户利益放在第一和最重要的位置。

为按计划达到“特别销售计划目标，杰·亚伯拉罕为那些销售人员确定了一种新的行销方法：

不要一个劲儿地向客户推销。

如果有金币在优惠销售，要先向客户推荐这些促销的金币，然后才是银币或其他金属。

这种金币促销试行范围较小，也是经过允许的，但是只有引导顾客从购买金币上开始，通过公司提供

<<选对方法赚大钱>>

的安全良好的服务，顾客才能一步一步逐渐开始购买银币，然后再是稀有金属，然后还会回到金币上来，就这样周而复始。

这种长期、耐心、超专业的方法为该公司赢得了众多的客户，公司销售额很快达到15亿美元，在同行业中享有最高的：回头客户比例。

当然，不止这些行销策略帮助了这家公司获得成功，杰·亚伯拉罕还采用了另外一些“方法”。其中一个方法是他们曾经发现出去一系列性的资料，是那种普及知识型的（从来不是硬性推销型的）、信息型的邮件，这些邮件是以该公司总裁个人名义发出的。

同时，这些邮件资料都是使用激光打印机和各种高质量文字处理设备完成的。

有时候他们一个月内能向客户和潜在客户发出超过20万份半私人性质的信件。

杰·亚伯拉罕为每个类别单独设计了一组信件（顾客、银币咨询者、金币咨询者、稀有金属兑换者），而且为客户和预期客户提供的信息逐步深入，然后通过不停地发出指导性、知识性信件增强客户的购买动机。

这些信件不是单纯的推销信件，内容也不是夸大其词，而是让该公司频频在给人印象深刻、颇具声望、极具价值的文章中露面。

同时，他们一般会非常慷慨地向所有对此感兴趣的顾客免费提供这些资料。

除此之外，杰·亚伯拉罕还认为构建整个公司的业务仅靠一两根支柱性措施是不够的。

因此，他努力扩大该公司的业务基础。

他确定了一个推荐、认可项目，通过这个项目他说服了12家美国最大的金融通讯印刷商，同意该公司定期发布营业利润情况。

同时，杰·亚伯拉罕还举办了档次较高的免费培训班，花钱邀请一些知名经济学家和畅销书作者来讲课，结果不少人参加了这些培训。

杰·亚伯拉罕还想出了一个精心计划的跟踪项目，那就是交叉销售、交叉宣传、相互支持、赢得回头客、远期客户和潜在客户。

最后的结果是，通过这些策略，杰·亚伯拉罕帮助这家公司取得了市场领导者的地位。

点评 杰·亚伯拉罕认为公司生意没有起色，与你所采用的行销策略、方法和技巧有很大的关系。

有很多生意人难以明白自己和顾客应当保持什么样的关系，不是忽视这种关系，就是没有采用有效的行销策略、方法和技巧去拉近这层关系。

看了这个案例，你可能再也不会犯忽视顾客这个错误了。

因为重视顾客关系也被无数的销售书所倡导，有无数的活生生的事例可以证实。

但如果你能够做到在与顾客的关系中恰当地采用了有效的行销策略、方法和技巧，你的生意只会突飞猛进地发展。

不要认为这只是些“小道”，而不是大道，其实小道也能挽救你的事业，扩大你的生意。

正像毛泽东在抗战中没把游击战仅仅当成是一种战术，而是把它上升为战略，凭此取得了抗战的胜利。

如果你能把这些“小道”发挥到极致，你也就得到了大道。

二、哈佛商学院都学不到的七大行销理念 杰·亚伯拉罕建立了他自己独特的行销理念，他的行销哲学贯穿在其中，如能掌握其精要就可以让你更好地了解顾客，了解行销。

亚伯拉罕多次提到要了解人性，只有充分了解人的行为，你才能做出正确的决定。

亚伯拉罕的行销理念便是建立在对人性的理解基础上。

考虑一下你交易的每一个对象，不管是个人还是公司，他们是怎样对你进行回应的？

他们为什么做出这样的回应？

下面是他的几大行销理念。

理念1：人们总是在默默地乞求被人引导，总是希望多知道一些关于产品或服务的信息。

想想你自己的经历：当你考虑购买一种产品或服务，想将它作为礼物送给你的家庭，你的亲友，或者你的生意伙伴时，你总是会觉得自己对产品了解得不够多。

如果你对一种产品存有疑惑的话，那么是不太可能花钱去买它的。

<<选对方法赚大钱>>

然而，当一个公司或推销员主动花时间向你客观地介绍你所要采购领域所有产品的时候，他们会立刻赢得你的信任和青睐。

假如你向潜在客户介绍所有的一切（包括你的产品或者服务中一些不好的，或是没那么好的方面）的话，你的销售量将是现在的两倍。

理念2：告诉人们具体应该做什么。

客户需要明确的解释，需要知道如何得到你的产品和服务。

因此，每个销售电话、信件、商业广告或者销售员的个人行销都应很好地向客户解释为什么要购买你的产品，这一点极其重要。

你不妨先给你的潜在客户提供一个简介，然后再手把手地把他们带动起来，告诉他们下一步具体应该做什么。

如果你正在销售一种时兴产品，或者提供的产品有时间限制，那么就要告诉你的客户立即与你联系；

如果你是通过电话交易的，就要告诉客户拿起电话拨打具体的电话号码。

理念3：除非你让他们真正明白，否则，人们不会感激你为他们或即将为他们所做的任何事情。

客户挑选产品时无非是想筛选出在质量、耐用性、保修期、售后保障、服务保证或者产品的可靠性等方面没问题的产品，如果你能想他们之所想，将会给他们留下深刻的印象。

假如你已经查遍了所卖产品的100位不同的制造商，那就让你的客户知道这一点。

或许你的产品包修时间是同行的3倍、故障的保修范围是同行的5倍，这些你都要巧妙地指出来，不然客户是不知道的。

只介绍产品的独特优势显然是不够的。

理念4：不要抑制你的客户购买。杰·亚伯拉罕发现了一个令人震惊的事实，大部分企业者都或多或少地限制了客户与自己开展业务。

无数笔能带来巨大收益的销售流失掉，无数客户没有机会接受令人满意的服务，而无数能够促进业务增长和个人成功的机会被白白浪费。

与此相反，你应该抓住每次能拉近与客户距离的机会，并与他们开展更多的业务；你应该为他们提供无法拒绝的产品和服务，要确保所提供的产品和服务真正满足客户的需要。

理念5：赠送产品能对你的整体行销计划起到深远的作用。

通过真诚地赠送高感价值（优质廉价）的产品，那么你的公司会远远超过其他竞争对手。

有无限多的有形和无形的赠品让商家可以包装出一个行销计划。

理念6：在制定行销计划时要敢于冒一定的风险。

如果你是你的业务领域中第一家敢于排除障碍承担责任的公司，你将会获得难以置信的优势。

理念7：市场行销是终极的财务杠杆。

<<选对方法赚大钱>>

媒体关注与评论

我在研拟《心灵鸡汤》一书的概念时，去找杰·亚伯拉罕，他教了我们两个杀手级绝招，相当管用，让我们的书因而大卖，全球畅销1亿啦以上。

——《心灵鸡汤》作者之一 马克·汉森 杰·亚伯拉罕是当今美国最厉害的市场大师。他的想法可以立刻对你产生帮助，价值亿万。

我的生意的各个层面都运用他的法则，取得了令人惊叹的效果。

——美国首屈一指的商业心理大师 博恩·崔西 我打了两个很短的电话给杰·亚伯拉罕——他不记报酬给了我一个最直接的方法。

他改变了我的职业生涯，使我在十年内每一年都至少多10万美元的收入。

这个方法在一个月内就产生了奇效。

——《胜利心理学》作者，美裔奥运心理教练 丹尼斯·魏特利 如果判断一种职业成长状况的尺度是其从业者所能收取的费用的话，行销这一行业已经成熟。

杰·亚伯拉罕收取每个小时5000美元有关行销的电话咨询……而且在帮助企业成长方面很有一套。

——《纽约时报》

<<选对方法赚大钱>>

编辑推荐

世界第一行销之神杰·亚伯拉罕告诉你——如何快速实现业绩倍增。
世界行销之神杰·亚伯拉罕营销策略大揭秘。

<<选对方法赚大钱>>

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:<http://www.tushu007.com>