

<<优质优价>>

图书基本信息

<<优质优价>>

前言

想长存，须读书 中国人读书现状 据中国出版科学研究所进行的一项《全国国民阅读调查》显示，中国人“识字者阅读率”从1999年的60.4%至2009年下降到50.1%；我国国民每年人均阅读图书仅为4.5本，远低于韩国的11本、法国的20本、日本的40本、俄罗斯的55本、以色列的64本……而读书的认真程度恐怕也大不如前了。

究其原因，主要是当今中国处于重金主义时代，没时间阅读、认为读书的投入产出比太低、多媒体时代获取信息的方式多元化以及图书质量下滑等。

营销人读书现状 据派力对近十年来开卷市场营销类图书销量排行榜等相关数据统计分析，每年总计近万种在销的市场营销类图书中排名在前400名的品种单册平均销量十年来下降了5倍之多；而在两大图书网络书店——当当网和卓越网上，虽然市场营销类品类在经营管理大类图书中总销量保持首位但单册平均销量也远不及大众畅销图书和投资理财等泛财经类畅销图书；而17年来单册平均销量或销额一直排名在市场营销品类第一的《派力营销图书》，单册平均销量同样也大不如前。

想长存，须读书 首先，我们要先说清楚“想长存，须学习”的道理。

从企业营销进步水平的角度看，虽然中国企业市场意识和营销能力十多年来取得了很大进步，但跟世界发达国家领先企业相比，恐怕不会有几个人会认为中国企业的营销水平已经勇立潮头、可以高枕无忧了吧？

如果经济低潮周期来临，那就会检验出我们中国企业市场意识和营销能力到底处于何种发展阶段；从营销人员个人职业发展角度看，因为十多年来甚至三十多年来，中国经济快速发展，不少行业和企业好像“傻瓜都能把货卖出去”，不需要什么专业精深的营销知识和体系，但殊不知近十年来，就是那些受过良好教育及专业训练的营销经理人越来越受到中国领先企业的猎聘和重用，而大量缺乏学习意识和学习能力的“经验型老手”却陆续被淘汰出局。

如果多数中国营销人能够认同“想长存，须学习”的道理，那么接下来我们该选择何种学习途径呢？

我们知道学习和培训确实有多种方式，但每种方式都有其优缺点，比如互联网和报刊，优点是文章实时且简短，缺点是没有图书的系统性、工具性和教材性；而通过在职学历教育、咨询和培训专业机构服务等学习途径，优点是能比较好地解决系统性甚至针对性问题，但其学习的方便性、时间和资金投入成本却无法与图书对比；而图书既系统专业，又阅读方便、省时省钱。

简而言之，图书是您投入产出比最大的一种学习途径！

以上所述，与您共勉。

北京派力营销管理咨询有限公司 《派力营销图书》主编 屈云波 2013年1月1日

<<优质优价>>

内容概要

<<优质优价>>

作者简介

<<优质优价>>

书籍目录

第一部分 品牌塑造 1第1章 精品企业为何必须正确塑造品牌 3第2章 精品品牌的本质特征 9第3章 是否需要重塑品牌 19第二部分 产品、服务与客户体验 23第4章 提高精品店产品与服务的价值 25第5章 高感触体验 30第6章 建设一个创造精品体验的团队 37第7章 当精品体验出现错误时 42第三部分 价格 49第8章 价格不是万能的 51第9章 精品企业定价策略 56第10章 廉价销售的伤痕 63第四部分 结语后记致谢补充资料营销与销售 73第11章 精品企业特色营销 75第12章 建设数据库，推动企业营销 81第13章 低感触广告方式真相 94第14章 理想客户的培养与回报 100第15章 如何推销精品企业 114第16章 精品企业业主应该遵守的规则 122让投入的每一分钱都是值得的 127致未曾尝试者 131

<<优质优价>>

章节摘录

第4章 提高精品店产品与服务的价值亚利桑那州凤凰城可能是创办最具特色热狗餐厅的一个理想城市。

美味的菠萝馅面包，火候恰到好处的全牛肉热狗，配以自制的辣椒酱，上面盖着椰汁卷心菜，令人不禁垂涎三尺。

毛伊热狗店（MauiDog）也提供芒果、辣椒蒜蓉酱和香蕉等辅料。

乍听起来，这些材料组合起来的味道好像有点古怪，但是这家小小的热狗店以其不同凡响的菜肴赢得了口味刁钻美食家的赞许。

在网络上，顾客们对这家小店展开了热烈讨论，就好像发现了珍馐美味一般。

但是，与普通热狗店相比，它之所以能够做到优质优价，并非只是因为它的配方奇特或者推出了人们从未听说的产品。

我们来看一看明尼阿波利斯白宫定制色彩图片社（WhiteHouseCustomColour）。

这是一家专业图片制作室，十多年来它的作品组合已经备受摄影界的赞许和推崇。

这并不是因为“白宫”提供大多数产品或者最廉价的产品，而是因为它的员工能够认真倾听客户期望，并在此基础上开发新产品。

实现数字摄影转型以后，“白宫”的几个主要客户要求以更加高效的方式为客户印制较低数量的假期卡片。

“白宫”进行了相应投入，由于它的卡片质量比同行高，吸引了对质量要求较高的客户。

客户要求更为出色的照片背景，“白宫”就进行了相应调整。

客户希望找到一个地方购买精品购物袋，以便携带他们定制的大画框照片，“白宫”便针对这一要求采取了进一步措施，专门聘请了一位女缝纫师，为客户量身定制购物袋。

通过为客户创造更加出色的产品，而不是将目光集中在如何吸引新客户上，“白宫”获得了“物有所值”的好名声，现有客户对它也表现出了很高的忠诚度。

你的激励因素 为了真正做到在业界出类拔萃，你必须确保客户对你极度喜爱。

他们需要极为特殊、无以伦比、兴趣浓厚，甚至令人震惊的消费体验。

一家照明商店不能只是出售开关和灯泡，还可以出售独一无二的装置，提供个性化的咨询意见，帮助客户充分利用自然光为居室照明。

一个礼品商店不能只卖水果和奶酪，还可以根据客户要求定制不同礼品篮。

一个结婚纪念日礼品篮应包括结婚照、亲朋好友填写的“我们对你们婚礼的记忆”卡片，或者由新婚夫妇当初度蜜月的机构发送的物品。

关键在于，无论你的产品是照明装置还是礼品篮都必须十分特别，要能引起人们谈论的兴趣。

价格并不是主要因素。

猎犬漫画（HoundComics）是巴诺书店（Barnes&Noble）惟一独立拥有和独立运作的连环漫画系列。

这家书店只出版一种连环画，以及少量副产品。

每一本连环画都色彩丰富、非常厚实、画工印制极为精良。

这些要求似乎每一家漫画图书公司都能做到，但事实并非如此。

与漫威（Marvel）和DC等漫画公司通常使用的劣质纸张相比，猎犬虽然是业界的一家小型企业，但是一直采用杂志等级的纸张印制作品。

这使它付出了更多的印刷成本。

事实上，当我们与其CEO威廉·“布里姆斯通”·库克米尔洛沃斯基（William “Brimstone” Kucmierski）交谈时，他解释了利用优质纸张印刷的风险。

他说，公司不仅在纸张上投入多，而且与大公司相比，他们印刷的数量也有限，所以成本相对要高得多。

为什么要冒这么大的风险呢？

布里姆斯通告诉我们，为了赢得市场。

<<优质优价>>

当读者面对书架上成百上千的连环画时，他的公司必须为读者创造一个理由挑选他们的作品。

由于猎犬漫画是一家小型独立企业，他们必须创造比竞争对手更加优秀、更有价值的产品。

投入更多，风险自然更大。

但是，根据布里姆斯通的观点，尽管猎犬漫画每本书的定价较高，但是这种风险已经完全被抵消。

布里姆斯通接着说，他们的连环画粉丝表示，尽管他们的图书有点贵，但是由于插图精美，故事生动有趣，多付一点钱是值得的。

猎犬漫画投入较多，定价也较高，其中蕴涵的激励因素很有价值。

那么，如何让你的产品和服务产生更大的回报呢？

下面，我们讲述两种主要方式： 1. 寻找激励因素。

你不应该一味寻找途径提高价格、压低成本或者行动更加迅速，以便与打折商家竞争。

你的竞争优势在于，你有时间和能力寻找市场空白，为客户提供额外激励因素。

达拉斯有一家理发店，在客人等待过程中免费提供一瓶啤酒。

在盐湖城，一位纹身艺术家不仅可以根据你的纹身进一步渲染，还可以根据你的照片，利用Photoshop技术将纹身图像加到你的身体上，以便你判断肩头的图案是否处于最佳位置。

在堪萨斯市，一家小型干洗店创造了一个更加友好的洗涤环境，并免费到居民家取送货，从而击败了许多大品牌。

他们甚至在自己的停车场为最佳客户设置了一年一度的圣帕特里克节专用停车位。

这些都是一些简单的实例，但是它们足以让客户明白，你希望为他们提供更好的消费体验。

你就要…… P25—27

<<优质优价>>

媒体关注与评论

萨拉·佩蒂以其精品经营模式震撼了摄影界，并让许多摄影师的腰包鼓了起来。

本书讲述的策略均为“硬货”，可以有效帮助小微企业主在自己热爱的事业上创造财富。

——乔治·瓦拉诺基斯（George Varanakis），国际婚礼及肖像摄影协会执行副总裁 兼集团出版人
不得不说，《优质优价：小微企业的经营智慧与营销宝典》是我读过的最优秀的营销著作。

它提供的信息条理清晰，语言通俗易懂；案例脍炙人口，记忆深刻，完美论证了作者的重要观点；将营销实务与经营理念完美结合；行文清新别致，不乏令人叹服之语。

——帕梅拉·布鲁纳（Pamela Bruner），《探索极致成功》（Tapping into Ultimate Success）作者 本书内容源自萨拉和艾琳的切身经历，而非深奥干涩的理论。

无需低价竞争，便能拥有优秀的高盈利企业。

本书的智慧与技巧价值何止千百万。

——丹·S·肯尼迪（Dan S.

Kennedy），商业专著作家，著名营销策划师与顾问

<<优质优价>>

编辑推荐

<<优质优价>>

名人推荐

<<优质优价>>

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>