

<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

图书基本信息

书名：<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

13位ISBN编号：9787802345935

10位ISBN编号：7802345936

出版时间：2010-10

出版时间：中国发展

作者：高彩凤

页数：237

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>

<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

前言

对商家来说，并不是所有的商品都是畅销的，库存积压是一个不得不面对的问题。那么如何才能砍掉库存并获得利润呢？

这是很多店铺经营者都在寻找的答案。

遗憾的是，至今为止，还是有很多店铺没有走出库存的“迷阵”，为其拖累，濒临倒闭。

其实答案并不难，只要坚持“两步走”即可：第一，瞅准了再下手。

即在进货之时，要知道市场需要什么样的货物，当今潮流之风流行什么样的款式；第二，做好促销工作。

可以说，促销是砍掉库存的有效手段。

那么该如何进行促销呢？

是不是用常见的“跳楼价”、“合同到期”、“换季甩卖”的销售方式呢？

这些方法都太老套了。

有些店铺在打出“最后一天”的促销广告后，又悠然悠然地卖了一年，不得人心。

其实，我们在削减库存的时候可以用其他更好的促销方式。

由于顾客对商家的信任度很低，已经被骗怕了，如果还走这些老路的话，生意只会越做越小。

所以我们要采用更加有创意、更加新颖的促销方式！

所谓创意、新颖是指顾客少见的促销方式，或者是以一种崭新面貌第一次实施的促销方案。

只有这样，你的顾客在路过店铺门前的时候，才能眼前一亮，继而不明就里地进入店铺，加入我们的促销模式之中，并毫不犹豫地掏出钱包结账。

这就是我们想要看到的结果：不仅快速砍掉了恼人的库存，而且口袋里也增加了不少人民币。

那么有人就会问，哪里有这样的促销方案可供效仿、使用呢？

鉴于此，本书特地从世界各地的促销方案中精选了100个有创意的方案，从折赠促销、广告促销、节日促销、心理促销、季节促销、逆向促销、视觉促销、会员促销、活动促销、另类促销等10个不同方面，分别进行了详细的叙述和讲解。

另外，本书还专门设置了“即知即行”的版块，进一步阐述了该如何去制定、执行好这些促销方案。

相信以上这些促销方案都是您在促销时非常想要知道的内容，现在我们把它呈现出来，希望能帮您以及您的店铺走出库存困境，砍掉库存的“包袱”，觥轻装上阵，在这个没有硝烟的战场上打一个又一个漂亮的商战。

最后，祝大家生意兴隆，财源广进！

编者 2010年8月18日

<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

内容概要

对店铺来说，库存积压是一个不得不面对的问题。

那么如何才能砍掉库存、获得利润呢？

可以说，促销是砍掉库存唯一有效的、快速的手段！

本书从世界各地的促销方案中精选了100个有创意的促销方案，从折赠促销、广告促销、节日促销、心理促销、季节促销、逆向促销、视觉促销、会员促销、活动促销、另类促销等10个方面，分别进行了详细的叙述和解释，助您迅速化库存为利润，在商战中赢得最后的胜利。

<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

作者简介

高彩凤,零售连锁业实战专家。

在多年的工作经历中一直从事零售行业的调研与研究,积累了丰富的专业知识与实战经验,尤其在门店运营管理、门店人员管理、顾客服务、货品管理等领域有深入的研究。

<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

书籍目录

第一章 折赠促销, 给顾客真正的实惠 方案1 折上有赠大促销 方案2 自动降价惹人急 方案3 中奖促销也投机 方案4 箱箱喝出大礼包 方案5 加量不加价 方案6 小礼勾住女人心 方案7 原价销售真实在 方案8 传统降价轰动大 方案9 均一定价也合理 方案10 不同颜色不同折

第二章 广告促销, 打动人心奇谋妙计 方案11 做好现场广告 方案12 让顾客自以为是 方案13 名人效应大无边 方案14 夸张效果信服人 方案15 证人证据齐满堂 方案16 巧搭事件顺风车 方案17 美女效应勾人心 方案18 重要场合露个脸 方案19 不花钱的大广告 方案20 小店无名有奇招

第三章 节日促销, 抓住赢取暴利的商机 方案21 大红礼包送春到 方案22 团团圆圆闹元宵 方案23 情人之花分外香 方案24 清明鲜花巧促销 方案25 端午粽子总飘香 方案26 件件礼品妇女情 方案27 母爱无边价有边 方案28 父亲男儿幸福节 方案29 机灵小鬼妙当家 方案30 尊师重教巧促销 方案31 十一长假快乐购 方案32 感恩重阳评双星 方案33 祈福平安苹果俏 方案34 圣日圣情妙促销

第四章 心理促销, 打动人心才能获利 方案35 货比三家赢信赖 方案36 幸福快乐齐分享 方案37 回答问题得奖品 方案38 多给一点赢心理 方案39 最差店铺也挣钱 方案40 挑选顾客也赢利 方案41 耳聋效应忽悠客 方案42 巧妙迎合好奇心 方案43 缺陷之物也好卖 方案44 制造出来的抢购 方案45 假造需求开市场

第五章 季节促销, 一年四季的赢利之术 方案46 春风荡漾好踏春 方案47 阳春三月话环保 方案48 夏日如火送清凉 方案49 免费纳凉是高招 方案50 干燥初秋送水灵 方案51 被冻坏的小美人

第六章 逆向促销, 换个思维也获利 方案52 无礼餐厅客盈门 方案53 冰冷旅馆生意火 方案54 自贬自嘲妙自夸 方案55 提升价格吸引客 方案56 自找瑕疵赢诚信 方案57 否定也有吸引力 方案58 越位促销也有利 方案59 仅有一桌的饭店 方案60 让顾客自己紧张

第七章 视觉促销, 触动顾客的视觉神经 方案61 新春美丽橱窗秀 方案62 花红草绿挂起来 方案63 美丽模特引人注目 方案64 霓虹灯下好商机 方案65 鲜果还需绿叶衬 方案66 一眼看中最美的 方案67 齐聚一堂更好看 方案68 给你粉红色幻想 方案69 普通商品俏包装 方案70 好货需要劣货陪 方案71 便宜总是在前排 方案72 二次包装显档次 方案73 颜色亮丽更抢眼

第八章 会员促销, 全力促进顾客忠诚 方案74 开户有礼乐不停 方案75 累计时间成赠品 方案76 会员请自主定价 方案77 超市也可办月卡 方案78 砍掉账款小尾巴 方案79 二手商品的媒介 方案80 会员“摇钱树” 方案81 多加一元的实惠 方案82 组合商品大促销 方案83 留下档案留住心

第九章 活动促销, 借他人之名赢自我之利 方案84 把利润变成捐款 方案85 猜价赢得大礼回 方案86 单身女性不孤单 方案87 一刻千金动人心 方案88 领养宠物也疯狂 方案89 追星男女对对碰 方案90 “火星文”妙对话 方案91 有奖征集庆店庆 方案92 栽种植物成贵宾

第十章 另类促销, 给顾客不一样的感觉 方案93 把准男性的心理 方案94 巧用“换人效应” 方案95 以乱取胜好促销 方案96 侏儒餐厅话新奇 方案97 另类模特反差大 方案98 美女丑女齐作秀 方案99 将错就错引商机 方案100 “独一无二”商店

<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

章节摘录

方案4箱箱喝出大礼包 开篇案例“凉爽”酒铺 4月末、5月初，对于浙江地区来说，天气开始炎热起来了，冷饮、酒水行业已经进入到一年一度的竞争当中了。

此时，销量最大的酒水无疑是啤酒，行业竞争最激烈的也是啤酒。

无论是品牌和品牌之间的竞争，还是店铺和店铺之间的竞争，都进行得如火如荼。

为了赢得竞争，“凉爽”酒铺开始了紧张的筹备活动。

可是该如何促销？

促销的力度应该有多大？

“凉爽”酒铺的郑老板心里并不清楚。

不过有一点是肯定的，他心目中的促销方案必须是异于同行的。

随着时间的推移，促销开始的日子也越来越近了，面对眼前这一箱一箱的啤酒，郑老板陷入了沉思当中。

按照以往的经验，啤酒促销并不麻烦，只要给顾客多送几瓶，顾客也就满意了，可是这些啤酒该怎么送，该送多少呢？

郑老板的眼光盯在了桌上的防伪名片上，并且想到了一个创意：为何不将写有自己签名的防伪名片放到啤酒箱子中充当送礼的凭据呢？

就这样，一个大胆的促销方案诞生了：一张防伪名片就送一瓶酒，两张防伪名片就送两瓶酒，而且这些防伪名片都将随机地放入酒箱当中，每箱数量不定，最少有2张，最多有5张，也就是说每箱最少回馈给顾客2瓶，最多5瓶。

这样一来不仅解决了促销问题，还解决了促销力度的问题。

更重要的是，他的防伪名片不仅仅成了一种促销凭据，而且也成了宣扬店铺的有力途径。

自然而然，和同行的降价促销相比，郑老板的促销方案明显占了上风。更加有刺激性，也更力口能吸引顾客的注意，当别人的店铺还在发愁没有顾客的时候，郑老板的店铺却总是人满为患。

买酒的买酒，兑奖的兑奖，郑老板忙得不亦乐乎。

虽然说这个夏天，郑老板过得比任何同行都辛苦，但是他比任何人都开心，因为他收入比任何人都多。

零售商学院点评 方案实效： 虽然现实中有很多促销活动存在于各种各样的店铺中，但是其中很大一部分的促销活动并没有取得明显的效果，原因有两点：一是活动本身所涉及的顾客并不多，也就是说活动的覆盖面并不广；二是促销方案老套，即便是兑奖的凭据，也只是简单地写上奖品，或是几个数字，表示兑奖的金额。

老套的模式自然引不起顾客的兴趣。

可是凉爽酒铺的这个促销活动不一样，它不仅将促销内容附着在酒上，而啤酒则是大部分家庭都接受的商品。

因此从顾客源上面来说，范围要广，效果要明显。

而且在兑奖凭据的选择上，非常有创意地选择了自己签名的防伪名片，这对于顾客来说是一种新奇的做法，参加的积极性自然也就提高了。

从以上的点评中，我们可以知道，这样的促销活动要想做好并不简单，在此之前，有很多方面的工作要做。

那么涉及哪些工作呢？

以下几点不妨一看： 1.检查自己的店铺是否适合 这主要是检查自己店铺销售的商品是不是广大顾客必需的商品。

即前面所说的，涉及的顾客群一定要大，不能太狭窄。

因此，如果顾客群过于单一的店铺，最好就不要使用这个促销方案，以免促销不成，还让店铺赔了本。

2.考虑如何做到有新意 这一点也是非常重要的，毕竟同样是促销方案，如果其中一个有新意，顾客就会舍弃其他，而参加新奇的这个。

<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

就像案例中的“凉爽”酒铺一样，郑老板使用自己的防伪名片作为商品的兑奖凭证，自然比其他的同行显得有新意，所以促销效果要好很多。

3.了解顾客是不是愿意参加 要想做大这一点，就需要店铺经营者进行各种各样的明察暗访了，比如征求一些顾客的意见、做一些调查等，在得到确定的消息之后再促销不迟。否则，很有可能达不到良好的效果。

零售顾问箴言 礼物如果过于平凡，顾客很可能对此不屑一顾。因此，——要？

想使用这个促销方案，不仅要给予顾客实实在在的优惠，还要在新奇上做文章。只有两手抓，才能真正调动顾客的购买欲望，达到赢利的目的。

方案5加量不加价 开篇案例实惠火锅店 成都一家名叫实惠火锅店的江老板，是一个有着前卫经营意识的经营者。

进入11月份，天气开始转冷，火锅店的生意进入到旺季。

正如其他行业一样，旺季就是一个竞争的季节。

那么如何在这个季节打好“竞争战”呢？

江老板有点发愁。

毕竟成都火锅非常受大众的欢迎，顾客群非常大，但是随着物价上涨，周围同行增多，竞争加大，火锅店的生意越来越难做，即便是进入了销售旺季，如果没有一个合适的促销方案，很可能销售不容乐观。

如何刺激顾客的消费欲，如何进行火锅促销呢？

江老板每天都在苦苦思考着这个问题。

当然，江老板不会做闭门造车的事情，他知道，自己生意不好肯定有原因。

自己现在要做的就是找出其中的原因，并且有针对性地开展促销方案。

鉴于此，江老板开始征求顾客的意见，他知道，只有知道顾客心里怎么想，自己才知道该怎么做。

一次，江老板在和顾客交流的时候，一位顾客非常气愤地对江老板说：“你的火锅店名字还是‘实惠’火锅城呢，我看一点都不实惠，甚至更像一个黑店。

菜品的价格高了不少，里面的菜却少了很多，要是加菜还得加钱，看来真不能再来吃火锅了！”

正是这一句无心的抱怨，让江老板找到了促销的方向：给火锅加量，但是不加价。

这样，就完全和自己“实惠”的店名相呼应，效果肯定不差。

于是第二天，江老板就贴出告示：本火锅店为回馈新老顾客，特举行加量不加价的促销活动，凡事在本店消费的顾客，无论消费多少，都能享受这一优惠。

并且，在告示的后面列出了各种各样的优惠条目……刚开始，顾客还不太相信，可是等一些从里面吃完的人出来之后就发现，原来这一切都是真的，于是大家不约而同地涌向了江老板的店铺。

一夜之间，江老板就成了成都的名人，而成都也掀起了“加量不加价”的促销风潮，其他店铺纷纷效仿！

零售商学院点评 方案实效： 顾客选择店铺消费，最为看重的是这个店铺是否实在。

从某种程度上来说，店铺要想通过促销来吸引顾客的光临，很重要的一点是要让顾客看到自己的实在。

无论是促销的礼品还是价格上的实在，只要有其中一样，促销活动就能获得成功。

江老板的实惠火锅城举行的“加量不加价”的促销活动之所以能取得成功，很关键的一点就是让他顾客看到了实在，切切实实提起了顾客的兴趣和购买欲。

或许很多店铺营业者会问，为什么让顾客看到了实在就能促销成功了呢？

理由很简单：任何一个顾客心里，都有“图实惠”的心理，即便是加量也加不了多少，他们也会争先恐后地前往抢购。

并且正是这个不多的“加量”迎合了他们“图实惠”的心理，让他们感觉到了满足，感觉到了实惠。

对于顾客来说，最希望的事情就是用最少的钱购买最多的商品。

<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

而“加量不加价”的促销方案就是迎合了顾客的这种“图实惠”心理，让顾客花一样的钱，购买到更多的商品。

或许很多人都会有这样一个想法：店铺给顾客多一点，那不意味着自己要少赚一点了吗？其实并不然。

店铺要想刺激顾客的购买欲，就必须进行促销，而促销按照平时的做法，要么打折，要么降价。这样一来，店铺不仅少赚，而且商品的销售量并不会加大多少。

可是这种促销方案则不一样，同样是刺激消费者购买，但是却采用“加量”的方式来处理，无形中增大了商品的销售量，而所增长的那部分销售量，其实也是为店铺增加收入的部分。

<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

编辑推荐

走出库存困境，砍掉库存的“包袱”，《砍掉库存的100个创意促销方案》精选100个创意促销方案，祝您迅速化库存为利润，在商战中赢得最后的胜利。

<<砍掉库存的100个创意促销方案>>

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>