

<<别以为便宜就能畅销>>

图书基本信息

书名：<<别以为便宜就能畅销>>

13位ISBN编号：9789570840209

10位ISBN编号：957084020X

出版时间：2012-7-6

出版时间：聯經出版事業股份有限公司

作者：[日]大久保恒夫

译者：劉滌昭

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>

## <<別以為便宜就能暢銷>>

### 內容概要

UNIQLO社長 柳井正  
無印良品社長 松井忠三  
強力推薦

改革UNIQLO、無印良品成為暢銷品牌的經營達人 大久保恒夫  
公開零售業成功的關鍵，教你如何增加客源、提高獲利！

平價時尚正夯，但只有便宜是絕對不夠的！

需求衰退，商品過剩的時代，卻還在用傳統的銷售方式等顧客上門？

消費不振的原因並非單純的社會因素，零售業也要負起很大的責任  
如果不大幅提高行銷水準，商品很難再暢銷。

從事零售業工作的你，銷售的概念跟得上時代嗎？

零售業達人大久保恒夫通過《別以為便宜就能暢銷！》告訴你：

- 折扣像麻藥，效果會逐漸降低，還會引發更強烈的折扣戰。
- 除了低價外，品質好和有特色的商品，才能滿足消費者。
- 商品要自行採購、全部賣光，並銷售其他商店沒有的商品，才能增加收益。
- 會員卡無法增加客源，持有會員卡的人不等於是固定顧客。
- 消費者大多會去習慣的商店，會改變這種習慣，最大的原因在於「店員的態度不佳」，而非商品「價格過高」或品質不佳。
- 消費者並非不願購買，而是沒有想要的商品，或是沒有可促進購物欲望的賣場。

商品企畫方式、決定價格的方法、宣傳手法.....都必須做出改變  
在商品過剩的時代，我們需要全新的行銷觀念和方法！

零售業達人大久保恒夫通過《別以為便宜就能暢銷！》特別強調：  
不用打流血苦戰，也能打造賺錢品牌！

什麼是消費者想要購買的商品？

什麼樣的價格消費者才願意購買？

什麼行銷手法才能促進消費者的購物欲望？

如何開發消費者願意購買的商品？

## <<别以为便宜就能畅销>>

賣場如何宣傳商品的優點來促銷？

這些機制都要從根本進行改革！

在《別以為便宜就能暢銷！  
》，零售業達人大久保恒夫教你：  
不打折也能使銷售量增加3倍的5個方法  
如何以1%的商品，創造20%的業績！

## <<别以为便宜就能畅销>>

### 作者简介

大久保恒夫 (Okubo Tsuneo)

1956年出生。

早稻田大學法學院畢業，1949年進入伊藤榮堂株式會社。

1981年出任該公司經營政策經營開發部主管。

成為經營高層直接管轄的「業務改革」主要成員，進行該公司的結構改革。

1990年設立零售科學株式會社，從事零售業經營顧問，以及軟體開發與銷售。

1998年和2002年，分別支援UNIQLO和良品計畫的經營改革，大獲成功。

2003年9月至2006年3月，出任九州大規模藥商Drug Eleven藥妝店社長，2007年1月至2010年8月擔任成城石井株式會社社長，之後轉任顧問。

著作有《一切事在人為》(商業界)、《賺錢公司的實踐！

利益提高三倍的五個方法》(商業社)、《進一步接近顧客的需求 公司強大之道》(KANKI出版)等。

譯者：劉滌昭

輔仁大學日文系畢業，日本拓殖大學商學研究所碩士。

曾任《牛頓》雜誌叢書主編、《日本文摘》主編、《民生報》日文編譯，現為專職譯者。

譯作有《不生病的生活》系列、《癌症醫療聖經》、《新有錢人、新價值觀、新戰略》、《京都式經營策略》、《零極限之富在工作》等五十餘冊。

## <<别以为便宜就能畅销>>

### 书籍目录

前言

第一章 便宜未必能畅销

折扣像麻藥

還有許多低價格以外的需求

UNIQLO為什麼暢銷？

因低價格戰略而生存或消失的公司

自行採購、全部售罄才能增加獲利

開發、銷售都需要「人才」

第二章 即使降價仍能增加三倍收益的方法

會員卡無法增加客源

大力推銷「超熱門商品」

不打折也能使銷售量增加三倍的五個方法

以-%的商品，創造二-%的業績

私有品牌的熱潮前景如何？

銷售其他商店沒有的商品，才能提高收益

熱賣十二萬瓶的葡萄酒

第三章 實際銷售就會知道能否暢銷！

衣櫃和肚子都已飽和

划拳後出者勝

加速與煞車

零售業是顧客的購買代理人

第四章 100%在現場執行

現場的執行是零售業的生命

總公司的指示幾乎都是正確的

決策的勝負關鍵在週一

執行率100%

問候是基本中的基本！

沒有妙計，也沒有魔術棒

改變心情、改變行動

成城石井BASIC

第五章 員工成長，公司才能成長

思考之前徹底充實知識

最重要的是「指揮屬下的能力」

經常失敗的人比較優秀

銷售現場是所有員工的結合

教育成本增至四倍

數值的評價公平嗎？

「行動」重於「結果」

評價「培育人才者」

營運計畫系統

<<别以为便宜就能畅销>>

第六章 利用系統引導出員工與賣場的力量

訂貨是一種「意圖」

「機械」與「意圖」的區分使用

「Unicage」的衝擊

將專業技術系統化

未出現在POS上的資訊才重要

利用貨架陳列系統，提高賣場的機動力

<<别以为便宜就能畅销>>

#### 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>