

《服务的细节：店长手绘POP引流术》

图书基本信息

书名：《服务的细节：店长手绘POP引流术》

13位ISBN编号：9787506088886

出版时间：2016-3-1

作者：[日]中村心 著

页数：216

译者：余湘浹 译

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《服务的细节：店长手绘POP引流术》

内容概要

作者先后拜访了日本5万家以上的店铺，将搜集而来的店头POP资料进行归类、分析、整理，结合自己从事营销行业以来积累的经验，总结出成功或者失败的例子之间的共性和规律。在此基础上撰写了这本书，让读者能够全方位、多层面地了解这一营销手段的巨大威力，让人眼界和脑洞大开。在本书的结束语部分，作者强调：制作出来的店头POP一定要留下照片资料，要像写博客或者日记一样附上日期，以便与当时的营业额数据相对照，看出其宣传效果，从而慢慢摸索出适合自己店铺的店头POP模式。

《服务的细节：店长手绘POP引流术》

作者简介

[日] 中村心

店头促销咨询股份公司董事长。“手绘店头POP”专业研究人员。大学毕业后曾从事品牌时装推销工作，因其营销能力得到认可而升任店长。在创造新客源以及回头客上业绩卓著。其后，任职于公司商品邮购公司，后又转职于出版社。在担任编辑的同时，充分发挥在邮购领域积累的经验，亲自担任报纸广告、DM、网络主页制作等工作，为销售额的提高做出了贡献。独自创立咨询公司后，为5万家以上的店铺提供过服务。在这过程中意识到“手绘店头POP”的强大集客能力，开始了对店头POP制作的研究。

书籍目录

前言	/001
街头具有“强大集客能力”的店头POP	/003
一目了然！店头POP的书写要点	/009
第1章 重新审视店头POP的威力	
深思熟虑的旺铺店头POP！	/003
将路过的行人引导到店内的是“店头POP”！	/006
“手工制作”打动顾客的心！	/009
要记住，“店头POP是店长的分身”！	/014
店头POP要根据店铺不同阶段的目标区别使用	/017
专栏 只有“华丽”“可爱”是不行的	/020
第2章 充分利用店头POP的十大优点	
牢牢抓住眼前顾客的心	/023
慢慢渗透、执着专注地打动顾客	/025
预算几乎可以忽略，24小时全勤工作！	/028
可以按照自己的喜好来制作	/030
随机应变，第一时间改变内容	/032
让顾客下意识地进店	/035
不需要顾客名单，可以及时通知所有客人	/038
与其他促销手段组合使用，效果倍增！	/041
大把地抢夺客源！	/047
按“起跳、跨步、跳跃”的情节展开	/051
专栏 消除顾客心理界限的地垫铺设方法	/056
第3章 让顾客对进店产生迟疑的失败模式	
缺乏维护	/059
难以读懂的文字	/061
不明白想要传达什么	/066
产生“被推销”的不安情绪	/069
使用的色彩不符合商品、服务的形象	/072
第4章 进一步提高顾客来店率的三大要点	
要以达到1000分为目标来考虑店头POP的来店率	/077
假想要制作三个POP	/080
提高认知率的三大要点	/083
用魅力来进攻，或是消除其不安， 以此改变动机率	/089
“顾客应该会明白的”是绝对不能有的观点	/091
从区域的角度来想象顾客的心理	/094
第5章 店长必做的店头POP七大策略	
用店头POP的七大策略来提升集客力！	/099
告知策略	/102
契机策略	/109
被选中策略	/115
回头客策略	/121
促销活动策略	/127
印象策略	/132
非营业时间策略	/139
专栏 使用照片的话，请用“近景”模式拍摄！	/147
第6章 提升3倍威力的18个小妙招	

《服务的细节：店长手绘POP引流术》

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：www.tushu111.com