

MARKET

**BOB NEGEN
& SUSAN NEGEN**

Hoàng Vân dịch

ING

MARKETING
our retail store
in the
Internet age



CHO

BÁN LẺ

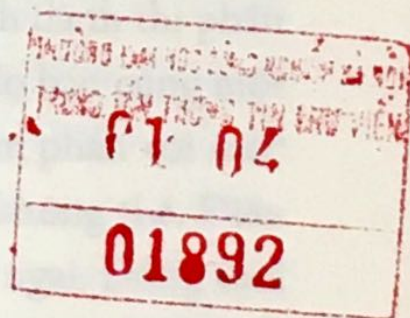
MAR KET

**BOB NEGEN
& SUSAN NEGEN**

Hoàng Vân dịch

ING

**MARKETING
your retail store
in the
Internet age**



CHO BÁN LẺ ?

(Tái bản lần thứ 5)

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

 **alphabooks**
knowledge is power

LỜI GIỚI THIỆU

Trong lĩnh vực bán lẻ, các doanh nghiệp phải đối mặt thường xuyên với việc tìm khách hàng mới, nên đều bị ám ảnh với việc làm thế nào để các nỗ lực quảng cáo, tiếp thị và định giá có thể thu hút được các khách hàng mới. Những nỗ lực này tuy cần thiết nhưng đồng thời có thể lấy đi nhiều nguồn lực hữu hạn của các doanh nghiệp nếu không chọn đúng đối tượng khách hàng để tập trung các hoạt động quảng cáo, tiếp thị thích hợp.

Nếu là chủ của một cửa hàng bán lẻ, chắc chắn bạn đang phải đối đầu với sự cạnh tranh khốc liệt, chưa bao giờ có nhiều công ty trên thế giới tranh giành thị phần và khách hàng với bạn như hiện nay. Họ bán cùng một sản phẩm với bạn. Họ có khả năng đàm phán với mức giá thấp nhất cho người mua mà bạn không thể. Điều đó gây cho bạn nhiều khó khăn và trở ngại. Đồng thời bạn cũng đang đối mặt thường xuyên với việc tìm khách hàng mới và bị ám ảnh với việc làm thế nào để các nỗ lực quảng cáo, tiếp thị và định giá có thể thu hút được các khách hàng mới.

Nhưng thật may mắn, vì là chủ của một cửa hàng bán lẻ nên bạn có công cụ tiếp thị sản phẩm hiệu quả nhất theo cách riêng của bạn. Lợi thế cạnh tranh lớn nhất của bạn đó là bạn có thể có được mối quan hệ thân thiết,

gắn bó với khách hàng mà các doanh nghiệp lớn khác không có được. Cuốn sách *Marketing cho bán lẻ* sẽ trao tận tay cho bạn những kinh nghiệm thực tế về bán lẻ trong hơn 20 năm của tác giả.

Với rất nhiều ý tưởng mới và sáng tạo để nâng cao hình ảnh của các cửa hàng nhỏ, cuốn sách *Marketing cho bán lẻ* sẽ chỉ cho bạn cách tạo nên một trải nghiệm thú vị cho khách hàng chính tại cửa hàng của mình, xây dựng mối quan hệ bền vững, trung thành với khách hàng và biến mối quan hệ cá nhân thành lợi thế cạnh tranh của cửa hàng. Đọc cuốn sách, bạn sẽ học được: Tại sao quảng cáo truyền thống lại không thể áp dụng được cho các cửa hàng bán lẻ và bạn nên làm gì? Làm thế nào để áp dụng “nguyên tắc có đi có lại” vào kinh doanh và thu hút hàng vạn khách hàng tiềm năng mới; Bí quyết để biến bức thư điện tử của bạn trở nên một công cụ tiếp thị tốt nhất, rẻ nhất và dễ dàng nhất...

Nhận được rất nhiều lời khen ngợi của giới chuyên gia khó tính, đây là cuốn sách mà tất cả các chủ cửa hàng bán lẻ trên thế giới phải tìm đọc. Nó không chỉ cho bạn những ý tưởng hay ho mà còn có cả những bài học thực tế hữu ích cũng như các mẹo vặt tuyệt vời. Trân trọng giới thiệu cùng bạn đọc!

Chủ tịch Hiệp hội các Nhà bán lẻ Việt Nam

TS. ĐINH THỊ MỸ LOAN

Mục lục

Mở đầu	9
Làm thế nào để thu hút khách hàng mới mà không bị phá sản?	36
Phương tiện truyền thông	150
Cách viết lời quảng cáo dành cho các nhà bán lẻ.....	164
Biến khách hàng lần đầu mua hàng thành khách hàng thường xuyên	193
Hai ý tưởng chính để biến khách hàng lần đầu mua hàng thành khách hàng thường xuyên.....	193
Thu hút khách hàng đến mua hàng thường xuyên hơn	232
Giữ chân khách hàng mãi mãi.....	343
Kết luận.....	364

Mở đầu

Bốn năm trước, chúng tôi nhận được một cuộc điện thoại của Ken. Bob gặp anh ta chỉ một ngày trước đây tại một chương trình marketing của mình. Ken đang ngập trong nợ nần và rất cần sự giúp đỡ.

Hai năm trước đó, Ken mở cửa hàng bán lẻ tại một địa điểm có không gian rộng rãi và đẹp đẽ, để trưng bày hàng loạt hàng hóa chất lượng cao cùng đội ngũ nhân viên tài năng. Trong suốt năm đầu tiên kinh doanh, Ken đã phải nếm trải những thứ mà tôi gọi là “ảo mộng”: “Nếu bạn mở cửa hàng, chắc chắn khách hàng sẽ đến.” Vâng, Ken đã mở cửa hàng, đã chờ đợi, nhưng khách hàng không tới.

Vì vậy, sang năm thứ hai, Ken đặt mua các quảng cáo một cách mù quáng và rồi đã phải chi tới hơn 40.000 đô-la. Thật không may, hầu hết chúng không mang lại hiệu quả. Dĩ nhiên khoản đầu tư mà Ken đổ vào quảng cáo đã đem lại một chút doanh số, nhưng không thể đủ để bù đắp toàn bộ chi phí mà anh đã bỏ ra.

Thế đấy!