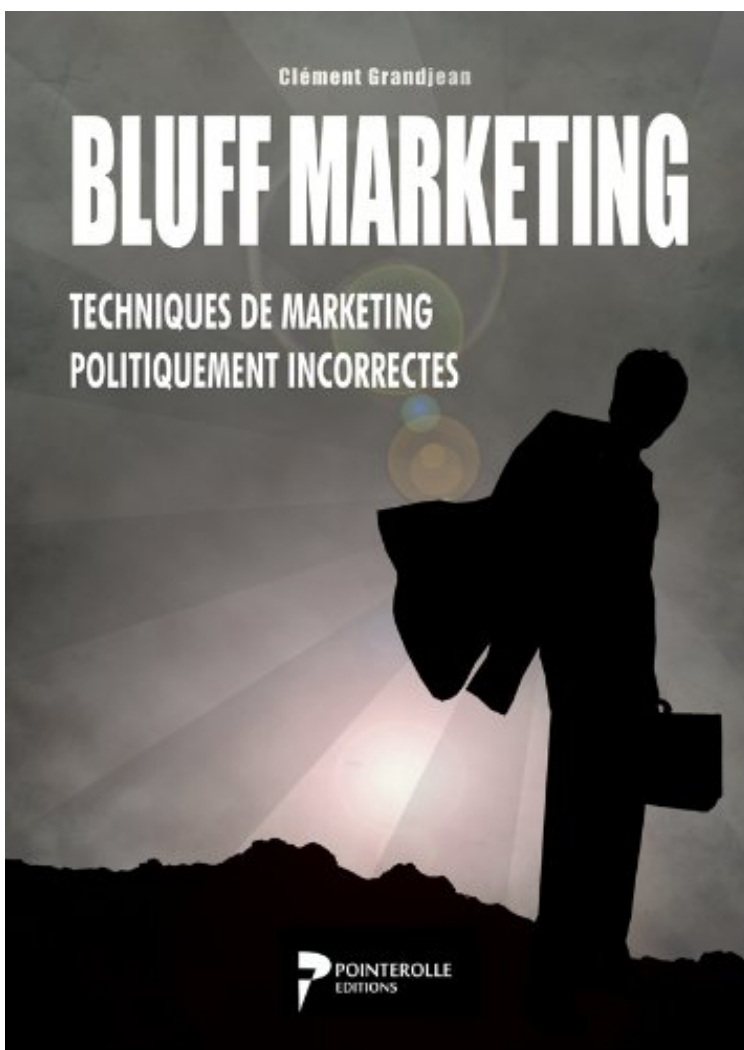


[FREE] File size: 33.Mb

Bluff Marketing - Techniques de marketing politiquement incorrectes: Doubler votre Chiffre d'affaire et ventes avec ces nouvelles techniques de vente et de communication (Expert Marketing t. 1)



Par Clément Grandjean
audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub
/ DOC

Détails sur le produit Rang parmi les ventes :
#166419 dans eBooksPubli le: 2012-01-13
Sorti le: 2012-01-13 Format: Ebook Kindle

[FREE] Bluff Marketing - Techniques de marketing politiquement incorrectes: Doubler votre Chiffre d'affaire et ventes avec ces nouvelles techniques de vente et de communication (Expert Marketing t. 1)

Par Clément Grandjean : Bluff Marketing - Techniques de marketing politiquement incorrectes: Doubler votre Chiffre d'affaire et ventes avec ces nouvelles techniques de vente et de communication (Expert Marketing t. 1) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Bluff Marketing - Techniques de marketing politiquement incorrectes: Doubler votre Chiffre d'affaire et ventes avec ces nouvelles techniques de vente et de communication (Expert Marketing t. 1):

Download

Read Online

Description :

Présentation de l'éditeur Doubler ses ventes avec des techniques atypiques. Bluff Marketing est un ouvrage de Marketing le moins conventionnel qu'il soit ! Il dévoile plus de 30 techniques et stratagèmes de Bluff

permettant tout entrepreneurs d'augmenter la probabilit d'atteindre leur objectif commercial. Par la ruse, on peut prendre un lionPar la force, pas mme un grillonDcouvrez travers les nombreux exemples illustrs et exercices rsolus les techniques commerciales les plus politiquement incorrectes Vous apprendrez notamment

:- MENTIR EN DISANT UNE VRIT- SUGGRER UN SENS LARGE A UNE PHRASE CIBLE- SUGGRER UNE FORTE RENOMME UN PRODUIT- OMETTRE UNE PRCISION IMPORTANTE- SUBLIMER LA RALIT CRER LA CONFUSION IAIDE DUN TERME POUVANT AVOIR PLUSIEURS SENS VANTER LE GENRE ET NON LE PRODUIT UTILISER LE MANQUE DE CONNAISSANCES DES CLIENTS REVENDIQUER DES QUALITS VIDENTES FAIRE PASSER DES DFAUTS POUR DES QUALITS UTILISER DES PHRASES QUI NONT PAS DE SENS MAIS QUI CONTIENNENT DES MOTS FORT IMPACT FAIRE EN SORTE QUE LE CONSOMMATEUR FASSE VOTRE PUBLICIT FAIRE DES ERREURS VOLONTAIRES CRER UNE FAUSSE PNURIE CRER UNE FAUSSE EXCLUSION FAIRE DES OFFRES LIMITES SOUS-PROMETTRE POUR SUR-DISTRIBUER VENDRE DES PRODUITS AVANT DE LES AVOIR CRS SUGGRER UNE FORTE VALEUR UN PRODUIT OFFERT EN CADEAU DONNER DES PRODUITS POUR SE CONSTITUER UNE BASE DE DONNES INTENSIFIER LES MOTIONS DU CONSOMMATEUR GRCE AU MARKETING SENSORIEL UTILISER LES PRINCIPES DE BASE DE PSYCHOLOGIE COGNITIVE CHOISIR LE PRIX POUR DONNER DE LA VALEUR CHOISIR LE PRIX POUR JOUER SUR LA PERCEPTION CHOISIR LE PRIX POUR REVENDIQUER LA CATGORIE DU PRODUIT CRER DU VOLUME POUR JUSTIFIER UN PRIX CHOISIR UN MODE DE DISTRIBUTION POUR JUSTIFIER UN PRIX SOUS-VENDRE LE CONTENANT POUR SUR-VENDRE LE CONTENU UTILISER UN LEURRE BAS SUR LE PRIX CRER DE NOUVEAUX CONCEPTS POUR CAMOUFLER UNE BAISSSE DES COTS CRER DE NOUVELLES MODES FAIRE DU NEUF AVEC DU VIEUX

Prsentation de l'diteur Doubler ses ventes avec des techniques atypiques. Bluff Marketing est louvrage de Marketing le moins conventionnel quil soit ! Il dvoile plus de 30 techniques et stratagmes de Bluff permettant tout entrepreneurs d'augmenter la probabilit d'atteindre leur objectif commercial. Par la ruse, on peut prendre un lionPar la force, pas mme un grillonDcouvrez travers les nombreux exemples illustrs et exercices rsolus les techniques commerciales les plus politiquement incorrectes Vous apprendrez notamment :- MENTIR EN DISANT UNE VRIT- SUGGRER UN SENS LARGE A UNE PHRASE CIBLE- SUGGRER UNE FORTE RENOMME UN PRODUIT- OMETTRE UNE PRCISION IMPORTANTE- SUBLIMER LA RALIT CRER LA CONFUSION IAIDE DUN TERME POUVANT AVOIR PLUSIEURS SENS VANTER LE GENRE ET NON LE PRODUIT UTILISER LE MANQUE DE CONNAISSANCES DES CLIENTS REVENDIQUER DES QUALITS VIDENTES FAIRE PASSER DES DFAUTS POUR DES QUALITS UTILISER DES PHRASES QUI NONT PAS DE SENS MAIS QUI CONTIENNENT DES MOTS FORT IMPACT FAIRE EN SORTE QUE LE CONSOMMATEUR FASSE VOTRE PUBLICIT FAIRE DES ERREURS VOLONTAIRES CRER UNE FAUSSE PNURIE CRER UNE FAUSSE EXCLUSION FAIRE DES OFFRES LIMITES SOUS-PROMETTRE POUR SUR-DISTRIBUER VENDRE DES PRODUITS AVANT DE LES AVOIR CRS SUGGRER UNE FORTE VALEUR UN PRODUIT OFFERT EN CADEAU DONNER DES PRODUITS POUR SE CONSTITUER UNE BASE DE DONNES INTENSIFIER LES MOTIONS DU CONSOMMATEUR GRCE AU MARKETING SENSORIEL UTILISER LES PRINCIPES DE BASE DE PSYCHOLOGIE COGNITIVE CHOISIR LE PRIX POUR DONNER DE LA VALEUR CHOISIR LE PRIX POUR JOUER SUR LA PERCEPTION CHOISIR LE PRIX POUR REVENDIQUER LA CATGORIE DU PRODUIT CRER DU VOLUME POUR JUSTIFIER UN PRIX CHOISIR UN MODE DE DISTRIBUTION POUR JUSTIFIER UN PRIX SOUS-VENDRE LE CONTENANT POUR SUR-VENDRE LE CONTENU UTILISER UN LEURRE BAS SUR LE PRIX CRER DE NOUVEAUX CONCEPTS POUR CAMOUFLER UNE BAISSSE DES COTS CRER DE NOUVELLES MODES FAIRE DU NEUF AVEC DU VIEUX