

创业就赚女人的钱 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/281/2021_2022__E5_88_9B_E4_B8_9A_E5_B0_B1_E8_c123_281791.htm 男人说，女人的钱最好赚。因为，女人掌管家中财政大权。犹太人说，女人的钱最好赚。因为，女人花钱太感性。众商家说，女人的钱最好赚。因为，女人身上有挖不完的资源。女人自己说，女人的钱最好赚。因为，女人花钱可以带来快感。既然如此，创业就赚女人的钱。在两天之后的节日里，享有半天假期的半边天们又会有什么安排呢？无论是逛街、购物、动嘴巴，还是休闲、健身、做SPA，总之，商家认准了一条，“三八节”即“购物节”。于是，在这样的节日里，什么“美丽有约”、“浓情寄语”、“亲情无限”，放眼望去，商家以各种动人的词组真是做足了文章。可谓“暖风熏醉三八节，商家笑赚女人钱”。此情此景，年复一年地上演。对于苦苦寻觅着创业方向的投资者而言，这无疑是一种召唤快来赚女人的钱！

一个人花五个人的钱 国内首家专业女性消费指导机构华坤女性生活调查中心于2005年11月份开展了“2005年度中国（8城市）女性消费状况”抽样调查，调查结果显示，77.3%的已婚女性决定着家庭“吃”、“穿”以及“日常用品”的选择和购买。为什么女性会在消费市场传来比男性更具有影响力的“声音”？如果从消费对象考虑，女性在消费市场中的地位比较特殊，她们不仅对自己所需的消费品进行购买决策，而且也是家庭用品的主要购买者。在家庭中，她们同时承担着母亲、女儿、妻子等角色，她们也是绝大多数儿童用品、老年用品和男性用品的购买者。那么未婚女性是否同样如此

呢？上海一家炙手可热的百货公司老板向记者透露，他将商场的目标消费群体锁定在25岁左右的年轻女性，原因很简单，这个年龄段的女性一个人花五个人挣的钱，从自己到父母，再波及男朋友和其父母。这么多人一起做贡献，生意能不红火吗？对于中间层，也就是正在操办着结婚的女性而言，消费更是占据着绝对的主动权。从事婚庆礼仪工作的杨蕾告诉记者，“在婚庆消费过程中，哪些该花、哪些不该花，花在哪儿，花多少，99%都是新娘说了算；抱着一辈子只有一次的心理，一般而言也都选择花多一点，办好一点。”所以，创业者无论是经营专门针对女性顾客的项目，亦或是大而泛的日常消费品，甚至是面向大众的餐饮行业，都可以将女性作为营销公关突破口。花钱心细手快耳朵软 心理学专家认为，女性在消费市场上的绝对地位也有其心理根源，女性在支配权家庭消费的过程往往能感到一种个性的释放，她们会觉得在家庭和社会中具有较高的地位。实际上，从女性固有的心理特征上分析，女性的消费习惯确实有根可寻，有理可据。例如，女人都希望对生活保有新鲜感，尝试不同的生活方式，而最常见的实现渠道就是在服饰、发型、装饰方面翻花样。于是，“生命不息、逛街不止”。这句话代表了时下许多女性的消费理念，这也为创业者提供了赚钱的机会。由于女性自身的特点，通常在选择商品时比较细致，注重产品在细微处的差别，通俗地讲就是更加“挑剔”，从这点上看，女士的生意并不好做。但创业者如果能在产品的设计和宣传上注重突出某些特点，就会吸引有某些偏好的女性消费者。女人多愁善感的本质决定了她们拥有一切小女人无法脱俗的情绪化心态，有人说，女人是感情动物，这话不错。女性

在消费时，除了关注商品的质量、价格等硬性指数，还容易被许多能影响其情感的软性因素所左右。这是为耳朵软。所以，创业者在做女性生意的时候，如果能关注女性的情感需求，从人性化、人情味的角度出发，拉近与消费者的距离，生意就已经成功了一半。女性市场无限再扩张 在商家眼里，女人就是一座金矿，可挖掘无限商机。女人身上的商机无非与美丽有关，尽管听似险隘，其中却有百般先机。从市场上所有的女性消费品看，这类产品是可以循环开发的。夏天到了，减肥产品又开始了新一轮大战。每年各类策划大师们都要弄出很多新概念出来。但是减肥产品往往只能让你在一段时间内瘦下来，不知不觉又胖回去。于是第二年夏天继续减肥。因此减肥产品也有了一年胜过一年的市场。又好比化妆品市场，技术上的更新不易，概念却是越来越多。与其他商机相比，大多数产业项目在经营业绩上呈此消彼长的态势，而美丽产业的差异在于，在新的商机出现时，对于原有结构的冲击并不明显。近二十年的女性消费热点从服装、化妆、美容瘦身、整容一路过渡着，但是新热点的出现，对前者并不会产生冲击，甚至有着相辅相成的效果。就拿文后的两个案例而言，曾经国人不知瑜珈为何物，现在各地的瑜珈馆风生水起，生意可谓一个好字了得。但这并不影响其他女性行业的生存与壮大；在女装这一小小的领域，在人们大呼行业已经趋于饱和的时候，从洋装到唐装到休闲装，门槛精的已找到一片荫凉地，等着顾客上门了。可见，这一市场是一个无限扩张的市场，对于创业者而言，对于后期经营能力考验胜于前期项目选择的判断。如何赚得女性腰包钱 随着境外旅游的普及、流行信息的网络化以及世界各地的投资家涌至上

海，提供品牌和服务，无形中增加了女性的“比较选择权”，盲目消费、冲动行消费的行为，势必会减少。曾经有位王姓台商在淮海路用高价盘下一家“黄金店面”，打着“真正意大利名牌”、“真正法国名牌”的招牌以广招徕，被拆穿后，落个好景不长，寿命不到一年，结算下来还是赔。说到底，“蛋白质”（笨蛋、白痴、神经质）女孩毕竟是少数，拿出真功夫、真货、真服务，接受检验，是赚女人钱第一个重点。女人花钱“有目的”，纵使被蒙被骗花了冤枉钱，也就那么一次机会，要吸引她们再次上当，很难。“花钱的目的”用理财的角度比喻就是花钱的“回报”，“投资回报率”就是她们身份的“加分”，是身价的“提升”。她们人人想做流行的领头羊，是别人羡慕的对象，这就需要经营者提供差异化的个性商品服务，才能满足女性顾客“不一样的欲念”。这是赚女人钱的第二个重点。第三个重点就是恰如其分地通过分析女性消费心理还制定营销策略了。举一个最平凡的例子，一个衣着俭朴的姑娘在女性饰品店内徜徉，如果销售员热情而又不过分殷勤地向她介绍适合她年龄、外形的商品，并细心地为她推荐一些价位适当的品种，一定会取得预期的效果。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com