

商悟漫画经典

古古

市场谱

◎ 何志勇 / 策划

◎ 鲁 稚 / 主编

市场妙论

管理奇谈

商战经验



西南财经大学出版社

J228.2/32

161-164

商悟漫画经典

古古

市场谱

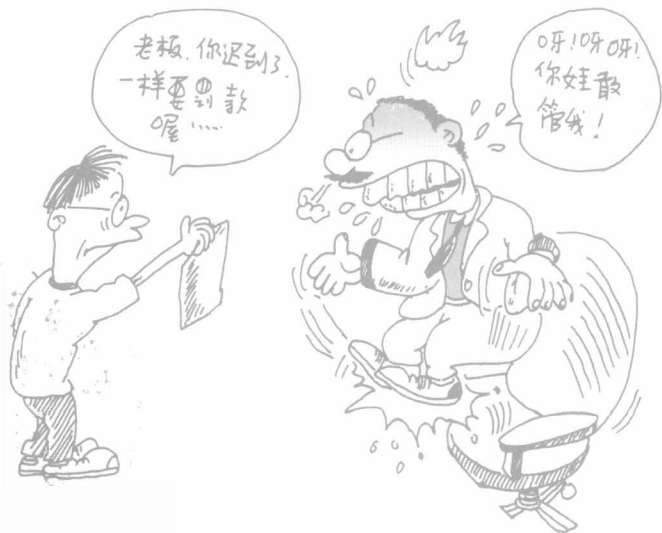
以睿智的理念，绝妙的手法，为你打开市场之门。

第二版

◎ 李勇军 / 撰文

◎ 杨仕成 / 配图

西南财经大学出版社



书 名: 古 古 市 场 谱 策划: 何志勇 撰文: 李勇军 责任编辑: 张纪亮
主编: 鲁 稚 绘图: 杨仕成 封面设计: 郭海宁
版式设计: 张纪亮

出版者: 西南财经大学出版社

(四川省成都市光华村西南财经大学内)

邮编: 610074 电话: (028)7353785

印 刷: 四川机投气象印刷厂

发 行: 西南财经大学出版社

全国新华书店经销

开 本: 787 × 1092 1/24

印 张: 9

字 数: 80 千字

版 次: 2000 年 1 月第 2 版

印 次: 2000 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 6000 册

定 价: 18.80 元

ISBN 7-81055-496-4/F · 397

本书封底无防伪标志不得销售。

版权所有, 违者必究, 举报有奖。

举报电话: (028)6636481、(028)6241146、(028)7352366

商悟漫画经典系列

(第一批)

《**古古生意经**》 这是本屡屡登上排行榜的财经畅销书,以至于书中内容被引用而成为生意语录。

《**古古营销术**》 别人销不掉的东西,你能卖出去,这就是营销之术。

《**古古市场谱**》 以睿智的理念,绝妙的手法,为你打开市场之门。

《**古古话保险**》 一生一世,几多风雨,不能险而不保;读过《古古话保险》,方知保而不险。

《**古古谈判术**》 谋求双赢,唯有谈判,你离得开它吗?

《**古古经济学**》 庶民百姓,谁能离得开经济!《古古经济学》透过现象看本质,不能不读。

《**古古打工族**》 在外给老板打工,在家给老婆打工。打工族的心声:活得真累!

《**古古流行语**》 “忘记历史就意味着背叛。”这是一本袖珍版的新中国历史,你要仔细读一读。

目 录

1. 垃圾制造者·····	2
2. 丑女嫁人·····	4
3. 广告的气球哲学·····	6
4. 向大师学习·····	8
5. 物以稀为贵·····	10
6. 跳起来摘桃·····	12
7. 怪招和绝招·····	14
8. 精明的节约·····	16
9. 创意的魅力·····	18
10. 大器晚成·····	20
11. 垒好第一块砖·····	22
12. 当好老板娘·····	24
13. 买卖如传教·····	26
14. 商人无贵族·····	28





- | | |
|------------------|----|
| 15. 和气生财····· | 30 |
| 16. 创业等于冒险····· | 32 |
| 17. 适当投机····· | 34 |
| 18. 财富智商····· | 36 |
| 19. 敢于吃剩饭····· | 38 |
| 20. 行行出状元····· | 40 |
| 21. 钱财化水····· | 42 |
| 22. 赚钱不要本····· | 44 |
| 23. 幸运之道····· | 46 |
| 24. 忘掉你有多少钱····· | 48 |
| 25. 商场与官场····· | 50 |
| 26. 大企业的危机····· | 52 |
| 27. 观念推销员····· | 54 |
| 28. 逆向思维····· | 56 |
| 29. 只选一个····· | 58 |
| 30. 创造性破坏····· | 60 |
| 31. 慷慨对部属····· | 62 |
| 32. 高尚或卑鄙····· | 64 |
| 33. 让下属发言····· | 66 |

34. 生意上的朋友·····	68
35. 舆论“法院”·····	70
36. 结识陌生人·····	72
37. 生意不成仁义在·····	74
38. 为自己减压·····	76
39. 借脑·····	78
40. 入境随俗·····	80
41. 开放自我·····	82
42. 拿人才开刀·····	84
43. 避免被玩弄·····	86
44. 感情投资·····	88
45. 先尝后买·····	90
46. 爱心赢得市场·····	92
47. 上帝错了·····	94
48. 恶性行销·····	96
49. 额外收获·····	98
50. 浅水淹死人·····	100
51. 顾客并不一模一样·····	102
52. 隐身服务·····	104



53. 民主与独断·····	106
54. 培植部属等于提拔自己·····	108
55. 嘲笑不是幽默·····	110
56. 驾御部属·····	112
57. 无用者领导英雄·····	114
58. 教练不踢球·····	116
59. 透明经营·····	118
60. 可以缺席·····	120
61. 不偏不倚·····	122
62. 只有坏老板 没有坏职员·····	124
63. 经营人才·····	126
64. 对事不对人·····	128
65. 保密与谣言·····	130
66. 老板不是侦探·····	132
67. 越级指挥·····	134
68. 与狼共舞·····	136
69. 习惯成桎梏·····	138
70. 容忍犯错·····	140
71. 尊重规章·····	142



72. 用人要疑 疑人要用	144
73. 猛虎变羔羊	146
74. 多些鬼点子	148
75. 让对方说“是”	150
76. 远利的诱惑	152
77. 争取承诺	154
78. 立即道歉	156
79. 聊天帮助决策	158
80. 王牌要敢于出手	160
81. 媒体杀伤力	162



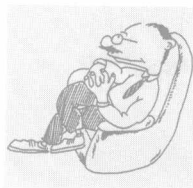
82. 嘴无法取代脚	164
83. 窥视榻侧之虎	166
84. 没有不重要的敌人	168
85. 控制议程	170
86. 狮子大开口	172
87. 谈判僵局	174
88. 管住嘴巴	176
89. 亲自出马	178
90. 品牌不是泔水桶	180

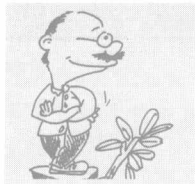
91. 品牌忠诚度·····	182
92. 公关不是买保险·····	184
93. 造名的陷阱·····	186
94. 广告与媒婆·····	188
95. 旧瓶子 新瓶子·····	190
96. 职业赢家·····	192
97. 一笑泯商仇·····	194
98. 定价策略·····	196
99. 不怕慢 就怕站·····	198
100. 大方嫁女·····	200

后 记·····	202
----------	-----







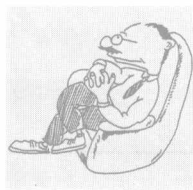


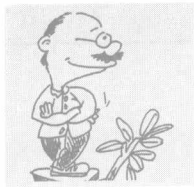
垃圾制造者

老板谁不想得到最最低廉的产品,再低的成本也希望能够卖个最最高昂的价格。谁都知道最能赚钱的商品是人人都需要的那一类,这个世界老板们最大的野心就是能垄断大自然中的氧气供应,那么,地球上所有的人(包括动物)都能成为老板永远不会失去的顾客。

一般的观点认为,不管是生产商还是贸易商,他们所提供的商品都是人们所需要的,会受到所有人的欢迎。这当然只是一厢情愿,顾客们挑剔的眼光会让你梦想赚钱的宝贝变成一文不值的垃圾。

垃圾商品的出现要么是缺乏真正的市场调研,要么是你为了利润而恶意地降低商品的品质,你在并不能真正垄断大自然中的氧气供应之前,就想出售掺入了70%杂质的罐装氧气,顾客不是傻子,谁会买你的账。即使大自然中的氧气消失,你也不能提供含70%杂质的氧气,因为肯定会有杂质为60%甚至为零的老板出来与你竞争。





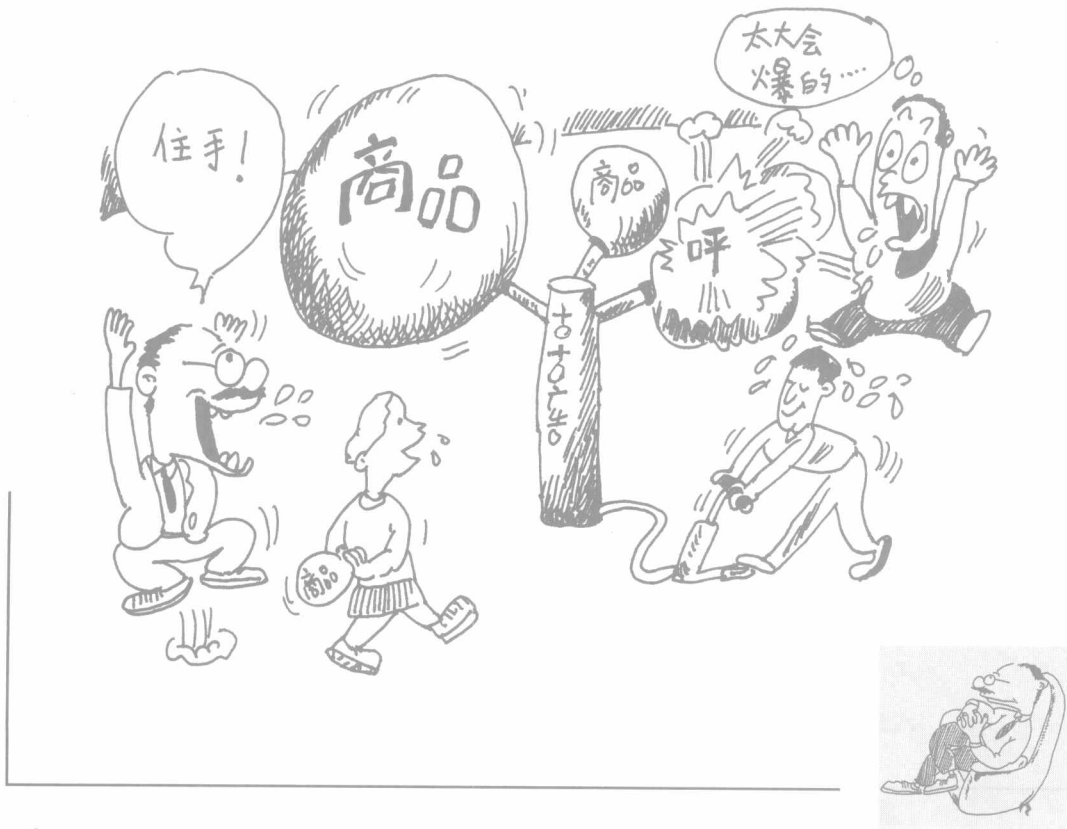
丑女嫁人

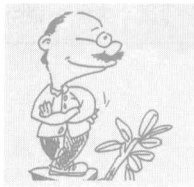
相貌平平的女孩如果不是生在皇帝家，要想嫁出去就得多费些心思。品质平平的商品要想占领市场，也得多个心眼。

丑女要嫁人，她会尽量让别人注意她的才德而忽视她的相貌；她还会去美容院尽量修整不争气的外形；她不会过分招摇，因为那样做只会适得其反；她也不会取一个靓丽的名字，以免别人时常拿她的相貌做滑稽的对比；她还尽量不去追求那些卓越的男性，除非那种类型的男性主动来追求她；她还会尽量发现自己的优点（哪怕是一点点），并以此为荣，以免产生不健康的自卑感……

品质平平的商品为了能够在市场上生存，也应尽量改善自己的品质；不要打言过其实的广告；让顾客尽量注意自己的优点比如价格便宜等；也不要弄一个花里胡哨的名字让顾客觉得反差明显；不要试图挤进高档商场，就让它散布在廉价店里吧……

当然，丑女最终能够嫁出去，是因为她是一个女人，品质平平的商品也能卖出去，是因为它的货真价实。





广告的气球哲学

生意人卖商品创品牌，非得大把大把地给传媒送钱不可。广告如跟不上，营业额就会很快降下来。作广告就像吹气球，不用力向气球里吹，气就不会膨胀到引人注意的程度；吹得太凶了，气球也会被吹破；吹到一定程度就不吹了，即使扎上口子过几天也会泄掉。

吹气球最正确的方法是力度适中地吹几下，然后喘口气再继续吹，如此往复几次，就会吹得恰到好处。气球吹好后如果不想让其泄气，一定要经常检查，不时补充点气。还要预防有没有外来的尖锐物对气球形成威胁。

当然，最重要的一点是在吹气球之前先检查一下气球的质量，如果气球本身漏洞百出，再怎么吹也是白吹。