



励志图书
中国
励志经典

榜中榜励志畅销书
JIAONICHENGGONG
CONGSHU

LANGDAO
DEFAZE

狼道

| 的法则 |

狼绝对不是上帝的宠儿！狼没有狮子一样的雄体利爪，也没有豹子一样的敏捷快速；上帝却给予了狼必须食肉的胃口。

天助不如自助，在绝对竞争的环境中，狼族凭借坚韧、顽强、忠诚、合作、战斗、牺牲等自然界最优秀的个体素质与最卓越的团队精神，成为最有生命力和竞争力的种群，成为强者，雄行天下。



狼族的身影在历史的沧桑中逐渐远去，
而狼道的本质却如同金子永不褪色。



张桂荣
◎ 编著

延边人民出版社



励志图书
中
励志经典

榜中榜励志畅销书
JIAONICHENGCONG
CONGSHU

LANGDAO
DEFAZE

狼道

江苏工业学院图书馆
藏书章
| 的法则 |

狼绝对不是上帝的宠儿！狼没有狮子一样的雄体利爪，也没有豹子一样的敏捷快速；上帝却给予了狼必须食肉的胃口。

天助不如自助，在绝对竞争的环境中，狼族凭借坚韧、顽强、忠诚、合作、战斗、牺牲等自然界最优秀的个体素质与最卓越团队精神，成为最有生命力和竞争力的种群，成为强者，雄行天下。



狼族的身影在历史的沧桑中逐渐远去，
而狼道的本质却如同金子永不褪色。



张桂荣
◎ 编著

延边人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

教你成功丛书/张桂荣 编著.——延吉:延边人民出版社,2004.7(2008.12 重印)

ISBN 978-7-80698-249-5

I. 教... II. 张... III. 人际交往-通俗读物

IV. C912.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 057834 号

责任编辑:张光朝

责任校对:李秋根

版式设计:盛庆斌

教你成功丛书——狼道的法则

张桂荣 编著

延边人民出版社出版

(吉林省延吉市友谊路 363 号, <http://www.ybcbs.com>)

北京市顺义康华福利印刷厂印刷

延边人民出版社发行 印数:5000

710×1000 毫米 1/16 272 印张 字数:2880 千字

2008 年 12 月第 3 次印刷

标准书号:ISBN 978-7-80698-249-5

全套定价:298.00 元

前言

在追求成功的道路上,不知要经历多少的坎坷,对于没有掌握成功方法的人来说,每一次的成功,也许都要经历唐僧取经般的九九八十一难。如果我们的生命真有无限长的话,即使把所有路都走一遍都无所谓,但事实是生命有限,人生苦短,人生真正能够做事的时间不过是短短的几十年。

鉴于此,我们编著了这套《教你成功丛书》,作为读者朋友面对现实生活的一面旗帜,来感召、激励人生,共同朝着美好的未来前进。这套书能为你的人生指点迷津:不可以背着沉重的历史上路,而是需要汲取前人的经验;不可以复制他人的成功方法,而是需要学习成功人士的奋斗精神;不可以接受单一的价值标准,而是需要认同那些有益于人生的观念;不可以热衷于某些处事计谋,而是需要改善自己的思维方式。

书的力量是巨大的,它可以引导人的一生走向成功。

卡耐基曾经说过:“人生的价值,就是创造有价值的人生。正是如此,人生最值得回味的地方并不在功成名就之时。”这是一句至理名言,也是一切励志理念的思想基础。因为只求功利性的“成功”,而不追求有品质的生活,那么“励志”二字必然因其歧义而变成套在人们脖子上的沉重的枷锁。

朋友们,千里之行,始于足下,让我们充分汲取励志经典,并创造性地用之于实践,一起来创造我们的传奇人生,成就我们的非凡梦想吧!



目 录

法则一 营销团队法则

让你的营销团队具有狼性	1
确认市场营销只相信实力	3
营销团队如群狼逐食般纵横市场	4
采取强大势力的狼性全员营销	5
力争做敢于拼搏的狼性营销英雄	6
饿狼捕猎般搜索市场目标	7

法则二 营销方式法则

全力营销,协助合作伙伴开拓市场	9
借势营销,减少消耗和成本	11
创新营销,争取第一波高利润	13
造势营销,提高品牌知名度	14
狼性营销,开拓市场势力范围	15

法则三 铁腕领导法则

培养头狼般的领导才能	17
做好领头人,使下属服从、执行	19
具备领袖特质,树立光辉形象	20
充分发挥自身领导地位的优势	22
做霸气十足的头狼,展现威仪与雄风	23
以行动而非语言进行领导	25
爱护下属,使其情愿效力	27
把精力放在关键的问题上	28



树立铁腕领导的权威与魅力	31
发现关键的人力资本	32
选贤任能,统驭有术	34

法则四 权力执行法则

与狼共舞必先为狼	36
制定狼阵冲杀的进攻策略	38
争取主动权,尽可能双赢或多赢	39
展现驾驭力,以变制变,连续出招	40
排练狼群阵势,一鼓作气,再接再厉	43
强势发展,速度制胜,一跃争先	44

法则五 变与不变法则

变,才能应万变	47
八百伴的倒下:最大的危机潜伏在顺境里	52
GE:杰克·韦尔奇的变革加速计划	55
人生无处不套牢:思路决定出路	58

法则六 适者生存法则

做主宰环境与命运的强者	63
以竞争跻身群雄,并成为超强	65
在绝境中求生存、求锻炼	66
从失败中崛起,彰显无惧无畏	67
学习生存技巧,适应残酷环境	69
锁定目标,锲而不舍	71

法则七 狼性坚忍法则

狼在四方皆可闯出一片天地	73
紧盯着成群的羊	78
寂寞和耐心,是收获的必经历程	82
狼的字典里没有“失败”	85



法则八 王道生存法则

树立绝对的生存竞争意识	90
敢于战斗并争取胜利的生命哲学	91
具有“狼子野心”的坚定信念与胆量	93
靠忍耐随时等待机会出击	94
为实现目标不断变化策略	95
授狼以渔的王者风范	97
以作战赢得生存的权利	98
随时策划下一步,为成功做准备	99
注重细节,找准切入,善于隐蔽	101

法则九 忠诚守信法则

凭借忠诚形成巨大的凝聚力	103
遵循诚实守信的处世金法则	105
靠“忠诚”投入,使回报无价	106
用诚实去赢得信任	108
播种诚实,收获信誉	109
宁愿失败,不愿失信	110

法则十 游戏心态法则

狼性本色是创造辉煌成功	112
勇于向强大的对手挑战	114
强者般勇敢地面对现实	115
该冒险时决不胆怯后退	116
对环境具有敏锐的洞察力	118
屡败屡战,越战越勇	119
在逆境中跃身奋起,追求生命极限	121
以游戏的心态让自己快乐起来	122



法则十一 有勇有谋法则

狼贵有“自知之明”	125
尊重每一个敌人,便不会“大意失荆州”	129
准备充分,便会有“天兵突降”	132
披羊皮做伪装无啥不当	137

法则十二 组织纪律法则

让纪律作为成功的最大保障	142
建立绝对的组织结构制度	143
组织纪律的坚决有效执行	144

法则十三 铁血法则

合作:生存,首先就要读懂的要义	146
没有纪律,无以成方圆	151
尊重差异,奏响狼群整体的和谐	155
团结——狼之魂	158

法则十四 自动行为法则

用极强的判断力抓住机遇	163
自动自发地行动,是成功的资本	165
具备永争第一的积极心态	166
有效执行企业的战略意图	167
懂得“独行狼”没有前途	169

法则十五 职场能力法则

拥有自己的独特职业本领	171
从实干中提高自我才能	172
发挥自身优势,创造职场突破	173
胸怀宽阔,开发职场潜能	174

永不服输地发起职业攻坚战	176
--------------------	-----

法则十六 专注敬业法则

把平凡工作看做阵地的占领者	178
心无旁骛地专注于平凡工作	179
在平凡的岗位创造生命的辉煌	181
突破一切常规地不断创新	182
靠热忱产生巨大的敬业精神	184
从细处认真做好每一件小事	185

法则十七 积极思考法则

增强判断、识别和决断能力	187
做到外圆内方,恰到好处	188
捕捉对手的软肋,从而发起猛攻	190
侧向思维,克己之短,取人之长	191
韬光养晦,蓄势突发	192
欲擒故纵,多次行动	193
避其锋芒绕道而行	195
出奇必可制胜	196
静观其变,抓其痛处	197
该出手时才出手	199
明指东来暗打西	200
画个大饼吊胃口	201

法则十八 团结互助法则

团结互助地协同作战	203
凝聚目标和力量,争取更大胜利	205
构筑无坚不摧的营伍铁阵	207
建立“成功团队”的高度期望值	209
同心同力打造自己的团队	210
打造一支顽强的团队	211
打造一支高绩效的团队	212





法则十九 沟通共识法则

让沟通作为团队成功的誓师口令	216
通过沟通达到合作双赢	218
把沟通作为驾驭团队的可靠保证	219
遵循有效沟通的简单法则	220
依靠有效沟通减少团队内部冲突	222
用沟通达成共识,统一行动	223
借助沟通技巧建立共识	225

法则二十 营销战略法则

巧用“鲶鱼效应”,快速激活市场	227
以变应变,适应变化莫测的市场大舞台	228
虎狼相争般地对手斗智斗勇	230
发挥产品优势,占领市场高点	232
互惠互利,共创发展空间	234
采取合作共赢,把市场做大做强	236
制定目光长远的营销战略	238

法则二十一 有效合作法则

沟通陌生者,寻找合作者	240
用有效沟通奠定合作基础	242
依靠沟通赢得亲和力	243
凭借合作获得超越发展	245
借助合作使得自我创造性地发挥	246

法则二十二 领袖法则

浴血奋战,脱颖而出——最公平的胜出法	248
身先士卒,以身作则——让狼群最为信服	253
公正,给自己赢得尊重	258



法则一 营销团队法则

狼群通常都是团队作战,很少单独行动。它们不仅协同捕猎,而且为了狼族,它们还会牺牲自己。营销团队是一个集体,更需要学习狼的团队精神。只有具备狼性般的团队精神,营销团队才能纵横驰骋于市场。

★ ★ ★ 让你的营销团队具有狼性

在狼成功捕猎过程的众多因素中,严密有序的集体组织和高效的团队协作是其中最明显和最重要的因素。这种特征使得它们在捕杀猎物时总能无往不胜。独狼并不是强大的,但当狼以群体力量出现在攻击目标之前,却表现出强大的攻击力。在日益激烈的企业竞争中,狼的这种现象正被越来越多人所关注。而营销团队作为企业最主要的组成部分,更需要像狼群一般冲锋陷阵,为企业攻关拔地,开拓疆场。因此,企业的当务之急,就是要打造一支超强战斗力的狼性营销团队。那么,该如何打造狼性营销团队呢?

狼性营销团队合作的过程是以头狼为中心,以特立独行为基础,以团队合作为方法,吃苦耐劳,忍辱负重,服从狼群,打造出营销团队独特的竞争优势——狼性营销。

英国动物学家绍·艾利斯说:“在所有哺乳动物中,最有情感者,莫过于狼;最具韧性者,莫过于狼;最有成就者,还是莫过于狼。”

那么狼性表现在什么地方?首先是特立独行。即追求自由、追求“狼格”独立的不屈精神,用营销的观点说就是差异性,追求与众不同,这样才能保持它们永远是狼,永远具有狼性。营销人员只有不懈的追求差异性才能生存于市场之中。营销团队的成绩就是每一个营销人拼搏得来的,每一个营销人都必须有这样一种意识。营销战场中没有施舍的说法,只有血腥的战场,没有永久的蓝海,只有永久的红海!营销人需要去感恩,但是不需要怜惜。在营销团队中同样是这样,你必须有你自己的风格和独特性,否则,你就不存在价值。营销团队



如果没有竞争就没有了战斗力和活力,营销团队没有了每个营销人的特立独行就没有了文化和内涵。因此,营销团队的建设首先就要培养成员的独特性和不屈不挠的战斗作风。

其次是狼的团队精神。不仅仅作战是协同的,而且为了家族,头狼、大狼都具有牺牲精神。那么营销团队该怎么样做呢?营销团队是一个集体,更需要向狼学习团队精神。刚才所讲的特立独行是培养营销狼群的基础,团队精神是狼赢得生存的基础。没有团队精神,狼不可能生存于万物之中,如单打独斗狼是害怕狗的,但是狼比狗厉害。团队的领导者应该像头狼一样,有足够的威信和能力,让团队成员团结一致。

再次是狼的吃苦耐劳。都说做营销很苦,但是在市场上拼杀不苦行么?团队成员必须有吃苦耐劳的精神,否则你就别去搞营销。但是,我们看看狼是怎么生存下来的吧?无论是数九寒天,或是炎炎烈日,狼都能忍受。因此,组建狼性营销团队,就必须学习狼群吃苦耐劳的精神!

最后就是狼的耐性。营销也是如此,没有足够的耐性去磨炼,没有厚积就不能薄发。营销成员就是要学习这种耐性!

“华为的产品也许不是最好的,但那又怎么样?什么是核心竞争力?选择我而没有选择你就是核心竞争力。”华为的老板任正非如是说。在华为,市场就是核心竞争力,而市场是前线冲锋陷阵的营销人争夺过来的,在本地,华为用三流的技术卖出了一流的市场,并且华为铁骑已跨过亚非欧,把战火烧到了太平洋彼岸的美国。技术不是华为公司的核心竞争力,营销才是华为公司的核心竞争力,而华为营销的核心的核心就是华为的狼性营销铁军。

狼性是华为营销团队的团队精神,同时也是其开拓市场的坚实基础。

所谓人性是综合了各种动物的优秀品性之后形成的,单只有一种动物的特性是不能成为人性的;所谓团队就是综合了各个成员优秀的品质之后形成的,单靠一个人的力量是不能称之为团队的。对于营销团队而言,如若可以做到以上几点,那么,就可以说是一支狼性营销团队。



确认市场营销只相信实力

在“优胜劣汰,适者生存”的自然法则支配下,许多动物都因无法适应环境而纷纷从这个地球上消失。人类由于对狼存在着偏见,曾对其进行大规模的屠杀。尽管如此,狼却凭着自身特有的坚韧与顽强精神,在这个地球上存活了几百万年。这不得不说是个惊人的奇迹。

如今,越来越多的物种濒临灭绝,越来越多的动物被列入“国家级保护”的行列,而狼却没有弱小到要靠人类的保护才能继续生存下去的地步。狼群的数量虽然一直在减少,但在辽阔的草原上、潮湿的热带雨林中、干燥的沙漠里、寒冷的北极,以及世界上的每一个地方都有狼群的存在。这是其他任何动物都无法与之相比的!可见,狼是一种多么顽强坚韧的动物啊!在市场营销中,市场只相信实力,不管付出多少,只要没有成效,没有打开市场,那你就是失败者。在市场上,根本不存在“没有功劳,还有苦劳”的说法,市场只看重结果。

南征北战,在全国市场打拼了几年,2001年7月,陈龙终于下定决心,加入了云峰酒业公司,主管台州营销业务。

初到台州,陈龙私自对云峰酒在台州的销售情况作了一番调查,调查结果让他目瞪口呆:台州分公司上到销售主管、经销商,下到业务员、司机互相勾结,中饱私囊,情况可谓糟糕透顶。

没日没夜地工作,找不到可以授权的人,天天加班到深夜,眼睛下面吊着两个大眼袋,远远看去像个熊猫,饭也吃不下,裤子变得越来越大,不得不换成小号的。销售旺季来临了,别的区域经理都回去大唱凯歌,只有他这里,销量平平。

但是,陈龙决不服输,他要重组团队,打开市场。

首先,他亲自招聘销售骨干,组建销售队伍并加以大力培训;其次,给品牌代表和酒楼部长、服务员提成,以激发其工作积极性;最后,凡是与业务有关的人员,都对其进行安抚,做思想工作。

这样一来,业务员、经销商都看到了销售高潮就要到来了,各方面的关系基本理顺,从第二年三月份起,陈龙负责的那个区域,增长速度、相对销量、铺货率、品牌可见度、市场影响力等综合指标,已经在全公司首屈一指了。



市场不相信眼泪。市场只相信实力,有实力,你就可以在市场上纵横捭阖任意驰骋;没有实力,市场就会无情地将你淘汰。在这个弱肉强食的时代,搞营销只有两条路:或生或亡。有实力你就生,没实力你就亡,如此而已。



营销团队如群狼逐食般纵横市场

狼是一种极善于团队合作的动物。常言道:“恶虎难敌群狼”,“群狼能败狮”。狼群的威力可见一斑。对于企业而言,如若有一个狼性营销团队,那么,企业也必可击败比自己强大的对手。

有人说,中企动力商务代表做业务时打的电话太多,令一些企业很烦;也有人说,中企动力很了不起,在这样一种电话营销的模式之下养活了7000多人,而且呈迅猛增长之势。不管怎样,中企动力的销售体系具有强大的执行力和整体作战能力,被业界评价为是颇具“狼性”的公司。当公司启动了一个重点产品销售的时候,全国60多家公司会在最短的时间之内统一行动并创造惊人业绩。中企动力于2005年10月推出的“数字商务平台1.0”产品,在几个月的时间内就售出了近2000个。

在中企动力下面的分公司中,由于都是年轻人,员工常常把他们的经理称为“老大”,能做“老大”首先业务能力要强,同时在做人方面也要让大家欣赏。正如真正的狼群一样,头狼的地位是随时受到挑战的。“老大”为了保持自己的地位,要不断加强业务能力和管理水平,并帮助团队整体提高业绩。

团队能够具有“狼性”,除了激励机制之外,还有企业文化方面的因素,这是一种兼备良性竞争和协作的文化。在公司内部,另一种精神上的奖励也是员工的动力之源。每年春节,中企动力都要组织业绩优秀员工赴国内、国外免费旅游;每年“五一”,公司要召开销售大会和经理人年会,表彰业绩优秀的员工,并同员工沟通下一步的发展计划;在中企动力内部网站上每天都能实时看到销售龙虎榜上谁排在前面,公司倡导大家向业绩好的分公司和个人学习,使这个公司或个人成为大家崇拜的对象。年轻人是不服输的,大家都会与他们比,更加



激发了每个人的潜能。另一方面,公司倡导责任、勤奋、专业和创新,鼓励承担责任、锐意进取、团结互助、关爱他人。在中企动力,老员工都有带新员工的责任。

目标明确、综合激励和良性竞争氛围促使个人潜能充分发挥,当众多员工形成一股合力,就形成了企业无坚不摧的战斗力的。

★★★ 采取强大势力的狼性全员营销

狼群在捕猎时,上至头狼,下至小狼,全体出动,每只狼都参与其中,因此,狼群的凝聚力异常强大。做营销也应如此。上至总经理,下至文秘,凡是公司人员都要参与到营销工作中,这样一来,公司的凝聚力就会逐步形成。

广东佳欣电讯公司总经理刘帆认为:手机代理是国内竞争最为激烈的行业。不仅有众多手机品牌集中在这一市场上,而且即便是同一个品牌,在某一区域,其代理商也不可能是一个。比如那些大的手机品牌,就常常是一个代理商只能代理其数款手机。像佳欣所代理的索尼爱立信,在广东省就有5家代理商。

这样,手机代理商的竞争关系就会变得非常复杂:你不但要和其他品牌竞争,而且还要和代理同一品牌的其他代理商竞争,看谁做得最好!而手机厂商是不会理会这样的竞争是不是太残酷,它们只看最终的销售业绩。假如某家代理商的销售达不到它们的要求,这家代理商马上就会被炒鱿鱼。

在每天展会上,佳欣公司里的所有员工都要聚集在一起高呼口号,弄的许多人以为佳欣是一家传销公司。

刘帆还身体力行全员营销,要求公司所有员工,包括文秘、人事、财务人员,都必须定期到一线去做销售,陪着促销员一起促销,或是到大街上派发广告。

关于全员营销,刘帆是这样解释的:“你只有设身处地地做了这些工作,你才会真正了解那些一线人员的辛苦,也才会在实际工作中考虑一线人员的需求,才可以真正让他们‘感动’。”

正是采取了这些措施,佳欣的核心店越来越多了。刘帆的观点是:销售的面一定要扩大,而点一定要抓好。这些点就是那些核心店。如今,佳欣的核心店达到了250家,这些店都能保证全力销售佳欣代



理的产品。

从表面上看,佳欣的这些管理和营销措施都是在一些细节上下工夫,但千万不要小瞧这些管理细节,正是这一切支撑起了佳欣的销售业绩。

在2005年索尼爱立信经销商大会上,佳欣一举获得了包括全国销售冠军在内的三项大奖。索尼爱立信南中国区总监许立新对佳欣大加赞扬,认为佳欣团队在中国索尼爱立信最重要的南中国区市场里取得了非常突出的业绩。要知道,取得这一业绩的佳欣,其实只是个成立还不到两年的公司。



力争做敢于拼搏的狼性营销英雄

在如今这个时代,能够积极进取、不畏艰难、勇于开拓的营销人,就是企业销售前线上的英雄。现在的企业营销队伍中,最缺的就是像狼一样不畏困难,敢拼敢闯、敢于拼搏的狼性营销英雄。作为营销人,一定要在工作中拿出狼一样的“面对强大的对手,宁死不屈”的狼性拼搏精神,听候公司的命令,保证完成任务。做到这些,才不失为营销精英。

毕业于北大物理系的吴轶崧刚进小天鹅时从事的是推销工作。在老员工的帮助下,很快,他就一直稳拔该省经营部个人销售业绩的头筹。两个月后,他被提拔为业务员,受命到地处偏远的郴州一带开发新市场。面对这一艰巨的任务,吴轶崧没有逃避,而是勇于挑战,接受任务。

在仔细考察郴州市场,选择小天鹅经销商的过程中,吴轶崧很快意识到,当地商人认为他年轻、老实、书生气十足,对他有些轻视。吴轶崧巧妙利用了人们对他的轻视,虚虚实实地探摸到许多商家的经销水准及资本实力。他运用比较学的方法去分析各家优劣,用统筹学的方法计算市场含量。一年后,小天鹅洗衣机在当地的销售量提高了三倍。

1995年,全国家电市场以彩电领头,猛然刮起降价风。这时,已升任长沙经营部副经理的吴轶崧正确理解总部意图,当竞争对手突然降价时不乱阵脚,以优质服务迎战,以优良产品压阵。他们旺季抢占市场,淡季狠抓服务、回笼资金、压库存,使整年的销售富有节奏感。对



大多数湖南人来说,可能不知道无锡在什么地方,但都知道“小天鹅”是最好的洗衣机。

1998年,该省销售额突破1个亿。理所当然,吴铁崧也成为了小天鹅的营销英雄。

所谓营销英雄就是能够把业务难以开展的地区开创起来,把业务萎缩的地区重新搞起来,填补空白,增加业务,使营销业绩不断上升,使企业效益不断增长。拥有营销英雄的企业必将抢得市场先机。抢得了市场,企业就将无往而不胜。

★☆☆ 饿狼捕猎般搜索市场目标

狼魂就是誓死拼搏,永不退缩,直到成功捕猎为止。和平时期的商业营销和动物界的生存角逐性质截然不同,但营销的过程在相当大的程度上等同于动物生存斗争的过程。生存不是一个人的事,同理,营销也不是一个人的事。对于企业而言,市场竞争如同战场拼杀,没有誓死拼杀,永不后退的营销团队是无法取胜于市场、战胜敌手的。因此,企业的当务之急,是培养一些誓死拼杀,永不后退的营销团队,为企业的生存和发展提供保障。

在沈阳金德集团,其业务员为拼搏精神作了很好的注释。金德的业务员从不会将手中的业务轻易放弃。他们认为,如果因为对手多、竞争力大就放弃,那么最后的结果将会一事无成。因此,作为金德的业务员,他们一旦发现“猎物”就不会拱手相让,即使竞争对手异常凶悍,他们也不会退缩。正因如此,金德的销售业绩让众多同行羡慕不已。

现代化的市场营销是一门艺术,如何学习,并将这门艺术发挥到极限,需要高智商的营销人才。

小天鹅现有的销售人员,其中67%的人拥有大专以上文化,平均年龄不到30岁。

当初负责开拓广州市场的乔立和钱仲炎,第一次来到广州南方大厦时,对方根本不愿进货,但他们没有气馁,经过多次交往,终于心诚石开,南方大厦的经理十分欣赏他们这种锲而不舍、敢于拼搏的精神,但也只肯签定一个“30台试销7天”的苛刻合同。他们抓住机遇,展示才华,白天站柜台热情讲解,晚上挨