



管理好，公司兴；管理乱，公司衰。管理是什么？它是一种实践、一种文化、一种秩序、一种信用、一种服务、一种责任、一种绩效。

给经理人

每天看的管理学

365天，365篇，经理人与管理学相约每一天
不懂管理学，就管理不好一家大公司

张俊杰◎编著

经理人案头必备的管理红宝书！

管理学大师彼得·德鲁克认为：“管理是一种实践，其本质不在于‘知’而在于‘行’；其验证不在于逻辑，而在于成果；其成就是以管理结果来衡量，而不是以学术奖励。”



中共党史出版社

——365天,365篇,与管理学相约每一天——

给经理人每天 看的管理学

张俊杰◇编著

中共党史出版社

图书在版编目(CIP)数据

给经理人每天看的管理学 / 张俊杰 编著. — 北京:
北京:中共党史出版社,2010.4
ISBN 978-7-5098-0646-3

I. 给… II. ①张… III. 管理学-通俗读物
IV. ①C93-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 046813 号

书名:给经理人每天看的管理学

作 者:张俊杰

责任编辑:李亚平

出版发行:中共党史出版社

社 址:北京市海淀区芙蓉里南街 6 号院 1 号楼

邮 编:100080

网 址:www.dscbs.com.cn

经 销:新华书店

印 刷:大厂回族自治县正兴印务有限公司

开 本:787×1092 毫米 1/16

字 数:430 千字

印 张:23

印 数:1-8000 册

版 次:2010 年 4 月第 1 版

印 次:2010 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5098-0646-3

定 价:38.00 元

此书如有印制质量问题,请与中共党史出版社发行部联系

电话:82517249,82517244

前言

经理人



管理功夫深，业绩一百分

一份研究资料表明：世界上最高寿的公司已 700 多岁了，然而中国企业的平均寿命才只有 3.5 岁；排名世界 500 强的企业从诞生到衰亡，平均寿命为 40~50 年。

另一份统计数据 displays：中国有近 3700 万家经济实体，但有不同程度管理病症的经济实体却高达 80%，约 3000 万家。

中国有句老话，叫做“春生，夏长，秋收，冬藏”，说的是世间万物的发展总是在“生长”与“收藏”间相互交替。企业的发展也是如此，只重业务（生长）而轻管理（收藏），很可能会刚站起来又很快倒下去，甚至被市场迅速淘汰掉。

在《追求卓越》这本书里，有这样一段描述：“迄今为止，世界上没有哪家企业可以连续在 50 年之内，在世界范围的某一个领域（行业）一直取得领导地位。但是，有一家公司例外，它就是宝洁！在过去的 100 多年里，宝洁在世界日化行业始终名列前茅。”

经济形势好的时候，大家都拼命赚钱；只有当经济遇到问题、企业遭遇发展瓶颈的时候，人们才真正关注那些依靠做好经营管理而坦然面对经济大潮的公司。2008 年开始的全球金融危机，已经促使越来越多的企业家、经理人关注实实在在的管理与组织建设。

经营一个公司，管理一家企业，经理人常会面临很多挑战，这些挑战不仅来自市场的残酷竞争，更来自于世界上不同的经营管理思想的庞杂体系、各说各话。表面上，这些管理思想很有价值，但更多时候，它会让经理人感觉更迷茫！太多的思想会冲击企业的经营管理方向，使管理者无所适从。

西南航空公司(Southwest Airlines)创始人赫布·凯莱赫曾说过这样一句话：“应付

激烈竞争与急剧环境变化,唯一的方法是:将组织建立在经得起时间考验的理论之上。”

管理学大师彼得·德鲁克认为:“管理是一种实践,其本质不在于‘知’,而在于‘行’;其验证不在于逻辑,而在于成果;其成就是以管理结果衡量,而不是以学术奖励。”

本书是作者多年来管理实践经验的总结,其中既有名家管理思想的概括,也有管理实务的建议,还有管理理念的生成,是一本包罗万象、着眼实际、追求有效的管理学实用大全。

编 者

目录



——管理就是把复杂的问题简单化

有人采访海尔 CEO 张瑞敏，问道：“为什么海外知名管理名家在国内刮起旋风时，您却没到会？”张瑞敏回答：“就算贝克汉姆来中国，给中国队讲上三天三夜，就能解决问题吗？”短短一句话，道破天机：管理之本，还在于实践。

认识管理学

<p>◎管理的本质</p> <p>一月一日 管理是一种实践 002</p> <p>一月二日 管理是一种文化 003</p> <p>一月三日 管理是一种秩序 004</p> <p>一月四日 管理是一种信用 005</p> <p>一月五日 管理是一种服务 006</p> <p>一月六日 管理是一种责任 007</p> <p>一月七日 管理是一种绩效 008</p> <p>一月八日 管理是一种合理 009</p> <p>一月九日 管理是一种系统 010</p>	<p>◎西方管理学</p> <p>一月十日 古典管理学派 011</p> <p>一月十一日 行为科学学派 012</p> <p>一月十二日 决策理论学派 013</p> <p>一月十三日 社会系统学派 014</p> <p>一月十四日 系统管理学派 014</p> <p>一月十五日 经验主义学派 015</p> <p>一月十六日 管理科学学派 016</p>	<p>◎自我管理学</p> <p>一月十七日 组织行为学派 017</p> <p>一月十八日 经理角色学派 018</p> <p>一月十九日 社会技术系统学派 019</p> <p>◎中国式管理</p> <p>一月二十日 易经管理思想 020</p> <p>一月二十一日 儒家管理思想 021</p> <p>一月二十二日 道家管理思想 023</p> <p>一月二十三日 法家管理思想 024</p> <p>一月二十四日 佛家管理思想 026</p> <p>一月二十五日 兵家管理思想 028</p>
---	--	--



——找对方向才容易做大做强做优

战略管理学

台湾积体电路公司创始人张忠谋，说过这样一句话：“领导人最重要的任务就是想未来、规划未来，董事长应该花 75% 的时间想未来，总经理应该花 50% 的时间想，副总经理应该花 25% 的时间想。领导人应该不断给经理人出问题，逼他们想公司的未来。”

◎战略综述		◎战略定位	
2月1日 有战略才有未来	036	2月16日 领先战略与跟随战略	050
2月2日 少就是多，小就是大	037	2月17日 焦点战略与阶梯战略	051
2月3日 走出战略认识的误区	038	2月18日 一元战略与多元战略	052
2月4日 战略管理的四大特征	039	2月19日 战略坚持与战略调整	053
2月5日 分清企业战略的层次性	040	2月20日 跨越战略与渐进战略	054
2月6日 战略管理的实施过程	041	2月21日 近期战略与长远战略	054
		2月22日 坚守战略与放弃战略	055
		2月23日 本土战略与国际战略	056
◎战略制定		◎战略实施	
2月7日 做好未来三五年的事	042	2月24日 集中于总经理的角色	057
2月8日 对很多机会说不	043	2月25日 在细节上下足工夫	058
2月9日 不迷信专家顾问团	044	2月26日 中层领导决定成败	059
2月10日 练就战略眼光	045	2月27日 扮演好两个角色	060
2月11日 决策失误是最大的失误	046	2月28日 「蛇吞象」的并购战术	060
2月12日 千万别忽视战略差异化	047		
2月13日 方向清晰，目标专注	047		
2月14日 战略要与文化匹配	048		
2月15日 随时面对「不可能」	049		



——你可以不懂业务，但不能不会管人

总经理最大的本事就是能用人，用人又先要识人，眼光、手腕，两俱到家，才智之士，乐于为已所用，此人的成就便不得了。管理者首先要具备一定的识人技巧和原则，并把握好“人尽其才”的原则，才能打开局面。

人才管理学

◎用人管理

- 3月1日 打造忠诚，铁杆追随 064
- 3月2日 用人要疑，疑人要用 065
- 3月3日 人尽其才，各得其所 066
- 3月4日 用人之长，避人之短 067
- 3月5日 一视同仁，公平公正 067
- 3月6日 因事设人，能职匹配 068
- 3月7日 不同年龄，不同要求 069
- 3月8日 留人拴心，人才济济 070
- 3月9日 奖惩并举，恩威并重 071
- 3月10日 不同阶段，不同手腕 072
- 3月11日 学做教练，激发潜能 073

◎激励管理

- 3月12日 奖励激励 最常用 074
- 3月13日 榜样激励 最无穷 075
- 3月14日 激将激励 最巧妙 075
- 3月15日 按需激励 最有效 076

- 3月16日 目标激励 最实际 077
- 3月17日 荣誉激励 最高明 078
- 3月18日 发展激励 最实用 079
- 3月19日 关爱激励 最暖人 079
- 3月20日 压力激励 最必要 080
- 3月21日 愿景激励 最长远 081

◎团队管理

- 3月22日 把团队精神放在首位 082
- 3月23日 把团队作风抓实抓好 083
- 3月24日 把团队纪律抓严抓死 084
- 3月25日 把团队沟通做细做透 085
- 3月26日 把团队协练好管好 086
- 3月27日 把团队建设落到实处 087
- 3月28日 把团队培训执行到位 088
- 3月29日 把团队效率提高巩固 089
- 3月30日 把团队合作深入人心 090
- 3月31日 把团队绩效作为重点 091

April



——搞通财务出利润

经营企业,懂财务不一定行,但不懂财务肯定不行,总经理认识不到财务的作用,不懂得用财务,失败是早晚的。中国的企业多,但规模小、效益差、生命周期短,落后的财务管理思想和方法是其深层次的原因。

财务管理学

◎财务规划管理		
4月1日	保持正常的现金流	094
4月2日	账目制度管理不可少	095
4月3日	推行全面预算管理	095
4月4日	短期财务报告里的秘密	096
4月5日	合理避税有诀窍	097
4月6日	财务人员要懂点管理学	098
4月7日	读懂报表,活用报表	098
4月8日	成长性公司的财务课	099
4月9日	保证公司不花「冤枉钱」	100
4月10日	让财务部门参与重大决策	100
◎财务投资管理		
4月11日	明确方针,少走弯路	101
4月12日	调查摸底,制订计划	102
4月13日	吃透政策,再做选择	103
4月14日	选择项目,符合法规	104
4月15日	项目好坏,决定成败	105
◎财务资金管理		
4月16日	分析风险,想好对策	106
4月17日	资源能力,取舍关键	107
4月18日	规模适当,经营有方	108
4月19日	风险投资,赢在创意	109
4月20日	把握时局,顺势而为	110
4月21日	投资回报,唯一指标	111
4月22日	资本融合,大势所趋	111
4月23日	资金管理要强化	113
4月24日	银行关系要搞好	113
4月25日	资金借贷要提前	115
4月26日	融资工作要到位	115
4月27日	筹资原则要吃透	116
4月28日	筹资方式要实用	117
4月29日	手头资金要用活	120
4月30日	公司现金要流畅	121



——营销对路,发展才能对路

靠勤劳可以保证你挣到小钱,但要想挣大钱必须靠智慧。从靠汗水挣钱到靠智慧创收,必须选择营销管理学,这是商人的经商道路上的一个重大转折。国际营销学大师菲利普·科特勒:“解决定位问题,能帮助公司解决营销组合问题,营销组合——产品、价格、渠道、促销——是定位战略战术运用的结果。”

营销管理学

◎ 模式管理

- 5月1日 直复营销
- 5月2日 关系营销
- 5月3日 服务营销
- 5月4日 绿色营销
- 5月5日 网络营销
- 5月6日 整合营销
- 5月7日 数据库营销

◎ 产品管理

- 5月8日 产品要准确定位
- 5月9日 产品要有好名字
- 5月10日 产品要成本领先
- 5月11日 产品要经营品牌
- 5月12日 产品要以质取胜
- 5月13日 产品要寻求差异
- 5月14日 产品要做专做精
- 5月15日 产品要技术改造
- 5月16日 产品要合理定价

◎ 渠道管理

- 124 5月17日 坚持渠道为王
- 125 5月18日 认识营销渠道
- 125 5月19日 利用营销渠道
- 126 5月20日 选择渠道结构
- 128 5月21日 合适的中间商
- 129 5月22日 确定渠道位置
- 130 5月23日 设计分销渠道
- 130 5月24日 管理分销渠道

◎ 销售管理

- 131 5月25日 革新销售理念
- 132 5月26日 制订销售计划
- 132 5月27日 确定销售策略
- 134 5月28日 利用广告促销
- 135 5月29日 注重推销管理
- 136 5月30日 做好营业推广
- 137 5月31日 善用公关技巧
- 138

June



——质量、进度、成本，一个都不能少

生产管理学

著名的“帕累托定律”向人们提示了这样一个规律，公司20%的投入占了80%的生产成本，而80%的质量与服务问题，实际出在20%的工序与服务环节上。对于公司的经营者与管理者来说，最为关键的是抓质量管理工作的重点，抓好源头，抓住少数关键工序。

◎生产作业管理

- 6月1日 生产作业管理内容 158
- 6月2日 生产作业管理系统 159
- 6月3日 生产作业管理计划 159
- 6月4日 生产作业管理组织 160
- 6月5日 生产作业管理图表 161
- 6月6日 生产作业管理数据 162
- 6月7日 生产作业管理控制 163

◎生产质量管理

- 6月16日 现场管理保证质量 170
- 6月17日 生产标准决定质量 171
- 6月18日 技术设备提升质量 172
- 6月19日 关键工序影响质量 173
- 6月20日 检测管理维护质量 174
- 6月21日 进厂检验保卫质量 174
- 6月22日 质量管理八项原则 175
- 6月23日 认识ISO9000系列标准 176

◎生产控制管理

- 6月8日 让生产线运转起来 164
- 6月9日 工艺流程表是最高机密 165
- 6月10日 动态掌握企业的日产量 166
- 6月11日 让生产围着市场转 166
- 6月12日 做好采购，找对供应商 167
- 6月13日 在物料管理上挤利润 168
- 6月14日 车间管理影响生产进度 168
- 6月15日 看懂生产管理流程图 169

◎生产库存管理

- 6月24日 重视政策，减少库存 177
- 6月25日 按需生产，消灭库存 178
- 6月26日 快准狠稳，处理库存 179
- 6月27日 推拉结合，控制库存 180
- 6月28日 综合治理，压缩库存 181
- 6月29日 选对代理，告别库存 182
- 6月30日 减少退货，降低库存 183



——有效的管理才是好管理

从世界 500 强里,我们不难发现执行力“把简单化为神奇”的惊人威力。他们都没经营什么伟大的东西,然而凭借着优秀的执行力,它们成为了一般人难以望其项背的伟大企业。执行力是创造优秀企业乃至百年老店的必不可少的妙药。决战商场,赢在执行! 高效执行,公司才能做强做大!

执行管理学

◎ 制度管理

7月1日 制度管理让执行更规范	186
7月2日 制度管理让执行更高效	187
7月3日 制度管理让执行更精细	187
7月4日 制度管理让执行更廉洁	188
7月5日 制度管理让执行更准确	189
7月6日 制度管理让执行更科学	190
7月7日 制度管理让执行更实际	191
7月8日 制度管理让执行更简单	191
7月9日 制度管理让执行更卓越	192

◎ 授权管理

7月10日 授权解放了高层的创造性	193
7月11日 授权激发了中层的积极性	194
7月12日 授权调动了基层的主动性	195
7月13日 授权提升了企业的执行力	196
7月14日 授权实现了执行的高速度	197
7月15日 授权推动了家族企业发展	198

◎ 制度管理

7月16日 授权管理要做好事前控制	199
7月17日 授权管理要做好事后监控	200
7月18日 授权管理的重点是会放权	201
7月19日 授权管理要掌握影响因素	202
7月20日 员工考核表	203
7月21日 干部考核表	204
7月22日 奖惩登记表	206
7月23日 薪资结构表	207
7月24日 员工工资表	209
7月25日 薪资调整表	211
7月26日 薪资核定标准表	212
7月27日 员工年终考核表	214
7月28日 工作奖金核定表	216
7月29日 新员工薪资核定表	218
7月30日 月份福利工作计划表	219
7月31日 业务人员业绩增减月报表	221



——学会经营关系,就成功了一半

关系是一种资源,也是一种无形资产,无论是公司还是个人,平时都应建立关系储备,不要等用的时候再临时抱佛脚,去找关系,那就来不及了。这些关系包括与大的客户的关系、与原料与材料供应单位的关系、与水电部门的关系、与工商管理部門的关系、与税务部门的关系、与银行的关系、与媒体的关系等。

关系管理学

◎客户关系管理

- 8月1日 把目光放在客户身上 224
- 8月2日 要有和客户「谈恋爱」的本领 224
- 8月3日 用数据读懂客户 225
- 8月4日 用培训赢得客户满意 226
- 8月5日 别忽视客户的地域特色 227
- 8月6日 把客户至上落到实处 227
- 8月7日 掌握客户关系类型 228
- 8月8日 客户关系管理的步骤 229
- 8月9日 客户管理成功的关键 230

◎政府关系管理

- 8月10日 与政府打交道有门道 231
- 8月11日 主动与政府修好关系 232
- 8月12日 别把政商关系庸俗化 233
- 8月13日 提高政府对企业的关注程度 234
- 8月14日 不妨让政府做调解人 235
- 8月15日 巧用优惠政策 236
- 8月16日 先找市场,再找市长 237

◎公众关系管理

- 8月17日 经营企业要重视公共关系 238
- 8月18日 学会与新闻界相处 239
- 8月19日 赢得银行的信任 240
- 8月20日 搞好社区关系 241
- 8月21日 不在公益事业上掉队 241
- 8月22日 网络公关不容忽视 242
- 8月23日 别在环保公关上栽跟头 243

◎竞争关系管理

- 8月24日 给自己物色一个竞争对手 244
- 8月25日 知己知彼,百战不殆 245
- 8月26日 让竞争对手为我所用 245
- 8月27日 用「竞争」代替「竞争」 246
- 8月28日 为什么善败者不亡 247
- 8月29日 不要零和,要双赢 248
- 8月30日 做不成朋友,不必成为敌人 249
- 8月31日 掌握六大竞争策略 249



——在创造性破坏中完成自我超越

禅宗里有句话，“借来的火，点不亮自己的心灵”。企业变革的核心是管理变革，而管理变革的成功来自于变革管理。变革的成功率并不是 100%，甚至更低。但是市场竞争的压力，技术更新的频繁和自身成长的需要，“变革可能失败，但不变肯定失败”。因此，知道怎样变革比知道为什么变革和变革什么更为重要。

变革管理学

◎ 创业管理		9月16日 赢在思维的转换	264
9月1日 先找个引路人	252	9月17日 人人身上有创意	264
9月2日 写一份创业计划书	253	9月18日 创新要有层次	265
9月3日 创业要选对行业	254	9月19日 用专利保护好创新	266
9月4日 想成功必须积累信誉	255	9月20日 让消费者决定创新	267
9月5日 跳出创业阶段管理的误区	255	9月21日 打造系统整合能力	267
9月6日 稳扎稳打，步步为营	256	9月22日 管理创新的四个阶段	268
9月7日 一手抓增收，一手抓节支	257		
9月8日 永远不向失败低头	257	◎ 变革管理	
9月9日 一步步走向成熟	258	9月23日 变经验管理为科学管理	269
9月10日 做好分家的准备	259	9月24日 变粗放管理为精细管理	270
9月11日 适时完成角色转换	260	9月25日 变命令管理为制度管理	270
9月12日 今天很残酷，明天很美好	261	9月26日 变指标管理为目标管理	271
9月13日 迎接二次创业的挑战	261	9月27日 变机器管理为人本管理	272
		9月28日 变细节管理为系统管理	273
◎ 创新管理		9月29日 变资本管理为文化管理	274
9月14日 创新不能太讲道理	262	9月30日 变临时管理为趋势管理	274
9月15日 培育创新的土壤	263		



——信息管理决定企业运作效率

现代社会,信息与人才、物资、能源并列为人类社会经济发展的四大要素。信息就是资源、财富和竞争力。人们称信息为“无形的财富”,说它无形,是因为信息的积累和传递,不能直接创造物质财富;说它是财富,是因为通过它作用于生产经营过程,能够更好地利用和开发物质资源,获得经济效益。

信息管理学

◎ 知识管理

- 10月1日 知识积累,让企业持续做大 278
- 10月2日 内部沟通,让员工知识共享 278
- 10月3日 请教专家,让领导借用外脑 279
- 10月4日 同行交流,让经理开阔思路 280
- 10月5日 善于学习,让组织走在前沿 281
- 10月6日 信息技术,让知识管理提速 282
- 10月7日 业务融合,让知识管理落地 283
- 10月8日 优化创新,让知识管理常青 283
- 10月9日 情报意识,让知识管理增值 284
- 10月10日 善用策略,让知识管理有效 285

◎ 情报管理

- 10月11日 敏锐的情报感应能力 286
- 10月12日 随时注意身边的信息 286
- 10月13日 聊天内容是情报来源 287
- 10月14日 收集竞争对手的信息 288
- 10月15日 信息战:快鱼吃慢鱼 288
- 10月16日 打破「内部信息封锁」 289
- 10月17日 提取有效信息最关键 290

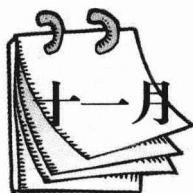
- 10月18日 窃取商业秘密的手段 290

- 10月19日 建立高效的信息系统 291
- 10月20日 挖掘基本数据的价值 292
- 10月21日 预测未来五年的需求 293
- 10月22日 防范商业机密泄露 294
- 10月23日 细心观察生活趋势变化 294
- 10月24日 密切注意物质需求变化 295

◎ 数字管理

- 10月25日 报表管理:让公司价值最大化 296
- 10月26日 档案管理:做好企业成长记录 297

- 10月27日 流程管理:优化企业资源 297
- 10月28日 会议管理:要注重高效率 298
- 10月29日 数据管理:化零为整简单高效 299
- 10月30日 物流管理:货物流转井然有序 299
- 10月31日 供应链管理:提高投资回报率 300



——企业文化是最根本的竞争力

海尔集团总裁张瑞敏说：“公司发展从根本上讲靠的是文化，公司最根本的竞争力是文化竞争力，公司的一切是由文化这个核心派生出来的。”公司文化就其本质来说是人的文化，是人化与化人的历史过程。从一定意义上来说，公司文化是家文化，是领导人文化，是团队核心文化。

文化管理学

◎企业文化

二月一日文化是最高层次的竞争力	302
二月二日用企业文化带动队伍	303
二月三日企业文化的三个层次	303
二月四日企业文化的六点内容	304
二月五日企业家是企业文化的源头	305
二月六日价值观是公司文化的指针	305
二月七日文化不可抄袭，必须自生	306
二月八日一是人化，二是化人	307
二月九日企业文化是一种创业	307

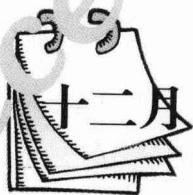
◎企业文化建设

二月十日打造以公司为家的文化	308
二月十一日培养长盛不衰的公司文	309
二月十二日消灭灰色文化基因	309
二月十三日文化必须与战略匹配	310
二月十四日忙碌不等于高效率	311
二月十五日抓好企业价值观的熏陶	312

◎企业文化管理

二月十六日做好企业行为规范的考核	312
二月十七日要组织文化，不要老板文化	313
二月十八日剔除「互相扯皮」的文化	314
二月十九日将文化与管理融为一体	314
二月二十日要「务实」，不要「务虚」	315

二月二十一日宝洁公司的服从文化	316
二月二十二日三菱公司的归属文化	317
二月二十三日海尔集团的「日清」文化	318
二月二十四日3M公司的卓越文化	318
二月二十五日丰田公司的稳健文化	319
二月二十六日马狮公司的诚信文化	320
二月二十七日诺基亚公司的人本文化	321
二月二十八日家乐福的本土文化	322
二月二十九日宜家公司的节俭文化	322
二月三十日谷歌公司的创新文化	323



——规避风险是企业生死存亡的大事

私营公司的做强做大是一项充满风险的事业。在生产经营做强做大的过程中,事事如意、样样顺心的情况是罕见的。看不到危机,是最大的危机。总经理常常只对公司的主要指标感兴趣,而忽视了指标掩盖下的许多问题,表面上公司欣欣向荣,不断发展壮大,其实内部已经暗流涌动,危机四伏。风险意识、危机意识,总经理什么时候都不能丢。

风险管理学

◎危机管理

12月1日 正视危机,放弃鸵鸟政策	326
12月2日 直面危机,变坏事为好事	327
12月3日 冷静理智,不被危机吓倒	328
12月4日 处理危机,努力做好善后	328
12月5日 舍车保帅,在舍弃中重生	329
12月6日 巧用危机,化危机为转机	330
12月7日 化解危机,施展攻关手腕	331
12月8日 预测危机,学会未雨绸缪	332
12月9日 制定预案,应对突发事件	332
12月10日 陷入困境,倡导共渡难关	333

◎债务管理

12月11日 减少不良的应收账款	335
12月12日 养成及时对账的习惯	336
12月13日 手头保持充裕的现金	336
12月14日 做贷款担保务必谨慎	337
12月15日 要学会找人代理讨债	338

◎防骗管理

12月16日 防止产生呆账、死账	339
12月17日 常胜将军的催款技巧	340
12月18日 减少客户的赖账行为	340
12月19日 对付不温不火的钉子户	341
12月20日 学会正确看待「负债」	342
12月21日 防备合同上的骗局	343
12月22日 小心证件印章诈骗	344
12月23日 认清广告中的骗术	344
12月24日 不被谎言欺骗迷惑	345
12月25日 美人计前擦亮眼睛	346
12月26日 空手套白狼的伎俩	347
12月27日 做生意要实地调查	348
12月28日 警惕要好处费的人	348
12月29日 巧妙对付杀熟的人	349
12月30日 克服贪小便宜的心理	350
12月31日 提防以政府名义诈骗	351