

散播好種子

增加工作
自信的200小智慧

二見道夫◎著 葉婉奇◎譯

小智慧引爆大變革

造就非凡力量



國家圖書館出版品預行編目資料

散播好種子：增加工作自信的200小智慧 / 二見道
夫著；葉婉奇譯．-- 初版．-- 臺北縣三重
市：新雨，2002〔民91〕

面： 公分

ISBN 957-733-703-1(平裝)

1. 成功法 2. 生活指導

177.2

91004349

散播好種子—增加工作自信的200小智慧

作 者 / 二見道夫

譯 者 / 葉婉奇

執行編輯 / 陳素娥

發行人 / 王永福

出版者 / 新雨出版社

地 址 / 台北縣三重市重安街 102 號 8 樓

電 話 / (02)2978-9528 (編輯部)

(02)2978-9529 (營業部)

傳真電話 / (02)2978-9518

郵撥帳號 / 11954996 戶名：新雨出版社

出版登記 / 局版台業字第 4063 號

出版日期 / 2002 年 3 月初版

定 價 / 220 元

SHIGOTO NI JISHIN GA TSUKU CHISANA 200 NO CHIE by
Michio Futami

Copyright © 2000 by Michio Futami

All rights reserved

Original Japanese edition published by Seibido Shuppan Co., Ltd.

Chinese translation rights arranged with Seibido Shuppan Co., Ltd.

through Japan Foreign-Rights Centre/Bardon-Chinese Media Agency

目次 *

前言——是為小事情緒低落、還是發現「以下」的啟發點

第一章 有在工作上散播「好的種子」嗎？

- 1 用借錢「買到信用」的故事 22
- 2 在電車中累積「學習」 23
- 3 創造靈光閃現的「路徑」 24
- 4 以情報為「信息激素」 25
- 5 每日一次，「印入」什麼呢？ 26
- 6 區別「暢銷的組織架構」 28
- 7 「不可能的事」中暗藏好的機會 29
- 8 「重要人物」與「重要日子」是關鍵語 30
- 9 謙虛低頭、提高評價 31
- 10 汲出好感（善意）的「引水法則」 33
- 11 贈送上司「閃耀」 34
- 12 讓「複製（Clone）的自己」工作 36

13	這樣的「私下製造」會說話	37
14	要注意「百分之九十八」	38
15	「丟棄！」情報的整理術	39
16	請以這樣的「貧窮」為恥	40
17	你也需要「因應媒體的對策」	41
18	從「匏圖吞棗的學習」中掙脫	42
19	咕嚕咕嚕改變者「不變的魅力」	43
20	不論一二都是「託您的福」	45
21	「聞德」更勝於「聞得」	46
22	工作上「閱讀字裡行間」的修行	47
23	嘗試稍微改變知識的「排列」	48
24	愛迪生巧妙「遊戲的樣子」	49
25	有時像「松永安左衛門」一般	50
26	總檢查「愚笨的小心謹慎主義」	52
27	挽救「為了自己」	53

第二章 在暢銷新想法裡有「礦脈」！

- 28 賣出「茶水」的男人 56
- 29 埋在「人群場上」的黃金 57
- 30 生意是從「好可惜哦！」這一念之間開始 58
- 31 「鞋刷」所磨出的新點子 59
- 32 Super Dry 的「最大功臣」 60
- 33 有時也可以運用「心理謀略」 61
- 34 如果利用摩托車能賺錢的話，那腳踏車也可以 62
- 35 「至少不是說謊」 63
- 36 中老年、病人的「大市場」 64
- 37 有「歌心」就有水心 65
- 38 可爾必思 water 與 Idea Kier (新點子殺手) 66
- 39 上廁所時也產生智慧 67
- 40 「西瓜店長」變成了社長 68
- 41 「不便」是促銷的機會 69
- 42 新生活Ⅱ新生意的法則 70

43 這個「當然如此」是 lies	7 1
44 克服「安全鞋」危機的故事	7 2
45 慕尼黑「夜晚的新生意」	7 4
46 以「Osborne的法則」為地圖	7 5
47 讓哥倫布躊躇的「最後半步」	7 6
48 將今天當作是「你的日子」	7 7
49 熬夜的「Don Quijote」	7 8
50 不要臨摹他人的「教科書」	7 9
51 一點突破、全面展開	8 0
52 好的陳列有「二法」	8 2
53 視場所說方法	8 3
54 總是與「Eisner效果（光環效果）」同行	8 4
55 熱烈販賣、冷靜觀察	8 5
56 從「外觀」更新「內容」	8 7

第三章 消除「錯誤」的短短自我戒慎

57 上司等不及是因為時間不等人	9 0
------------------	-----

- 58 「變化」勝於「完美」 9 1
- 59 太過好也賣不出去 9 2
- 60 利用「對策工作」成就大事業 9 3
- 61 商品要選擇「暢銷的」 9 4
- 62 將知識孕育成「情報」 9 5
- 63 真的殺死對方的「殺人語句」 9 6
- 64 賢者也敗於「慾望」 9 7
- 65 日常業務沒有報酬 9 9
- 66 「手」是專門的、「腦」是一般的 1 0 0
- 67 姿態要往「下游」降低 1 0 1
- 68 你可以變成「店員」嗎？ 1 0 2
- 69 不可以認為是「別人的事」 1 0 4
- 70 沒有敵人就是最大的敵人 1 0 5
- 71 不要陷入「只有自我」的思考 1 0 7
- 72 「隨便啦」是大差距的本源 1 0 8
- 73 有時成為敵方的「顧客」 1 0 9
- 74 成為重要人物，但不要成為獨裁者 1 1 0

- 75 等待指示族是等不到「好的指示」的 1 1 2
- 76 「特殊事情」是最爛的理由 1 1 3
- 77 越是「好消息」越要稍稍懷疑 1 1 4
- 78 不要做「等一下做也行」的工作 1 1 5
- 79 「流行」也是有過站不停的時候 1 1 6
- 80 「只要有一位顧客」是非商業生意的想法 1 1 7
- 81 有「打扮包裝」商品嗎？ 1 1 8
- 82 「自傲技術」的錯誤 1 1 9
- 83 所以「顧客不再回頭」 1 2 0
- 84 「適合萬人」是不適合任何人的 1 2 1

第四章 更加借用「他力」是好的

- 85 「小力量」領導「大力量」 1 2 4
- 86 本田宗一郎的「產生工作心的樹」 1 2 5
- 87 「對你一直很關心喔」 1 2 6
- 88 「人情」的包裝方式 1 2 7
- 89 從旁協助是要明裡暗裡 1 2 8

- 90 「委託」所產生的良好循環 1 2 9
- 91 不是一句「辛苦您了」就可以了結的 1 3 0
- 92 每一句讚美的話都要加以「鑑賞」 1 3 1
- 93 「用心」更勝於「費心」 1 3 2
- 94 慷慨允諾要在有「事前作業」之下 1 3 3
- 95 那項指示沒有漏掉重點嗎？ 1 3 4
- 96 「對大家都一視同仁」的話，是無法驅動人的 1 3 5
- 97 對大家「心不在焉」的有效良藥 1 3 7
- 98 在二等車上所發現的「一流人物」 1 3 8
- 99 御木本幸吉的「人脈成長術」 1 3 9
- 100 智慧＋澀澤榮一＝淺野總一郎 1 4 0
- 101 總是垂掛「問題箱」 1 4 1
- 102 「三越的獅子」所訴說的故事 1 4 2
- 103 在空檔時間說「午安，您好」 1 4 4
- 104 因為賣不出去，所以新聞媒體聚集 1 4 5
- 105 經費對效果也是智慧之一 1 4 7
- 106 「非常歡迎站閱」的祕密 1 4 8

第五章 用「數字」來說明的話，就能夠堅持到底

- 107 「親切心」是廣告塔 149
- 108 失去《孫子》所教之領導人資格的條件 150
- 109 一籌莫展進退不得的「過於自信的人」 152
- 110 只有一個「支持夥伴」的重要性 153
- 111 「計算」也帶動「感情」 156
- 112 推翻「只要做就能夠」的精神論 157
- 113 從「左轉迂迴」學習削減成本對策 158
- 114 只要人一動就是成本 159
- 115 不論是開始或是結束，都要將「四個利潤原則」放在念頭裡 160
- 116 「銷售原價」與「進貨原價」有什麼不同 162
- 117 「完售方式」的本質真髓 163
- 118 「啊啊！金錢正改變裝扮沉睡著」 164
- 119 「馬馬虎虎」是「想得太多」的台詞 165
- 120 被當作「公開暗號」的數字 166
- 121 為了預防「票據・支票」事故 167

- 122 要注意！無法回收是這樣的「重罪」 168
123 當「固定支出」壓身時 169
124 只站在「損益平衡點」觀看時…… 170
125 利用「交叉比率」篩選商品 171
126 大促銷與「AIDMA的法則」 172
127 偶爾做一下「福澤諭吉式」的休息 173
128 「射落」迷信的信長 175
129 為什麼人總想依靠呢？ 176
130 不要為「數字遊戲」所動搖 177
131 有時要有遊樂的心 179

第六章 這是真正的「市場行銷」

- 132 不敵「搶先說出的人」 182
133 因為不知道「新聞情報」被打敗的公司 183
134 有「魚」卻失去「魚餌」 184
135 委託「市場行銷專家」的功過 185
136 用「筷子」探測顧客滿意度的公司 186

- 137 在書店購買「DM名簿」 187
- 138 叫人很想回應的「上乘的對人調查（市場調查）」 188
- 139 只是讓贈品「See-Through（透明化）」而已 189
- 140 除出「企業祕密」的數學公式 190
- 141 數據資料的「呈現方式」也是市場行銷性的 191
- 142 「河童蝦味先，太過甜」 193
- 143 有「業務視力」嗎？ 194
- 144 藉由「花圈」預知破產的故事 195
- 145 在客戶那裡眼睛首先應該看的地方 196
- 146 「參觀倉庫」有二得 198
- 147 有效利用「總理府數據資料」的方法 199
- 148 情報通經常是「現場通」 200
- 149 磨練「凝視一點之敏感性」的方法 201
- 150 人、沒辦法隱藏到這裡 202
- 151 小林一三的「閱讀活用經濟不景氣」 203
- 152 「有勇無謀猛進者」所必要的東西 205
- 153 「不幸」是市場行銷者的最高學府 206

- 154 將職務經歷活用為「市場行銷經驗」 207
155 日比翁助的「公司內研究調查」 208

第七章 有時「得失」是店舖關門的原因

- 156 一枚「十塊錢銅板」的感謝 212
157 以限時專送寄送「信任」 213
158 厚重「土產」的末路 214
159 「工作場所一流、生活三流」是無法成長的 215
160 弄錯「節約」的旅館 216
161 不可以漏掉「外觀」 218
162 過剩的服務也是服務不足的一種 219
163 不要怨恨顧客的「不關心」 220
164 關心「無意購買的人」 221
165 連競爭對手也是「顧客」 222
166 「羨慕已經買了的人」 223
167 學習是要拿出為了「想獲取能力」的自我錢財 225
168 時常抱持「輕快的好奇心」 226

- 169 職業性新想法「首先是為了你自己」 2 2 7
- 170 「重寶的人」與「貴重的人」的頭腦差異 2 2 9
- 171 被本田宗一郎「撿到的螺絲釘」 2 3 0
- 172 「鈔票」在眼前燃燒 2 3 1
- 173 戒慎驕傲心的「屏風法則」 2 3 2
- 174 宛如「反對鬥爭」一般 2 3 3
- 175 「有不滿的話，等比我更老了再說」 2 3 4
- 176 區分「委任」與「放任」 2 3 6
- 177 越是強的生意越是嚴苛 2 3 7
- 178 讓人高興的人是閃耀的 2 3 8
- 179 能夠有「廁所服務」嗎？ 2 3 9
- 180 教導「公司價值」的東西 2 4 0

第八章 「組織的障壁」是這樣打破的！

- 181 「追求完美的人什麼決心也下不了」 2 4 4
- 182 不被「不能的理由」所曲撓 2 4 5
- 183 現場與現物比什麼都重要 2 4 6

- 184 意見被整合的條件 248
- 185 「無用・能源」是會傳播的 249
- 186 讓「分析會議」脫皮革新 250
- 187 將「流汗時間」放在下午 252
- 188 「很想告訴他的問話者」是誰？ 253
- 189 「為什麼只是用眼看是無法明白的呢？」 254
- 190 工作是喜歡「整頓」的 256
- 191 管理階級以經營者的感覺，一般職員以管理者的感覺 257
- 192 這樣的話，成功是「失敗之母」 258
- 193 「損失」是綁手綁腳的 260
- 194 「最後真心必勝」 261
- 195 辛苦的活用法，辛苦的消滅法 262
- 196 「必死」是不夠的，要「決死」 263
- 197 以逆境為「修道場」 265
- 198 為了不讓「私慾」薰心 266
- 199 這種「感動」是能源力量 268
- 200 「執著」能跳脫困難 269

散播好種子

增加工作
自信的200小智慧

二見道夫◎著 葉婉奇◎譯

新雨出版社