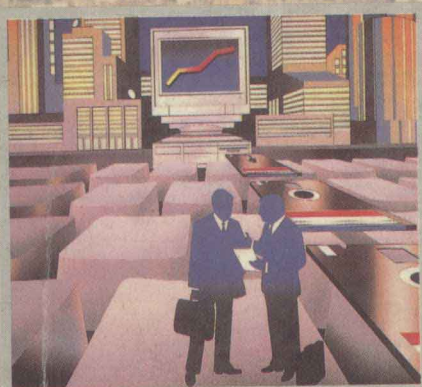


经商谋略点子大全

成功点子指南

CHENG GONG DIAN ZI ZHI NAN



好的点子
出乎你的期望
更令你意想不到



成功点子指南

方 飞 选编

广西民族出版社

(桂)新登字 02 号

责任编辑:冯 艺

封面设计:小 彬

成功点子指南

方 飞 选编

*

广西民族出版社出版发行

广东省新华书店经销

广东番禺市印刷厂印刷

*

开本 850×1168 1/32 12.5 印张 220 千字

1995 年 6 月第 1 版 1995 年 7 月第 1 次印刷

印数:1—10,000 册

ISBN 7—5363—2800—1/Z · 321

定价:16.00 元

序

现代经营利润的获取,已经不再依靠资本和资源,而是靠知识和智慧了。经营的知识和智慧,集中表现在经营创意——点子上,日本在二战后,既无资源,又无占压倒优势的资金,可是日本人善于创意,在短短的二、三十年中,一跃而成为世界第二经济大国,即连世界第一经济大国——美国也对其刮目相看。美国许多州的资产,被日本人买去近半。所以,美国的一些未来学家如托福勒、享廷顿一致认为,知识——智慧是当今的活资本。翻开一部现代经营史,立即可以看出,世界著名的大企业家的发迹,无不依靠令人叫绝的点子;因为当初这些人手中并没有多少资金、资源和技术,他们克敌致胜的法宝,乃是一本万利的好主意。世界上一些著名的老牌企业,由于缺少好的经营术——点子而黔驴技穷,打不过对手,一一濒临破产。

世界上许多行业的优秀经营者靠好主意每每得手者,不胜枚举。有哈默、奥纳西斯,卡耐基,包玉刚、李嘉诚、牟其中的经宫中,点子立下过累累战功;松下,波音,通用;飞利浦、可口可乐、麦当劳、健力宝等著名公司,也莫不如此。因此,市场竞争在某种意义上来说,就是点子的竞争。谁能创出好点子,谁就能赢得市场,获得利润。所以,点子受到青睐,是理所当然的。早在1904年,美国就成立了全球第一家点子公司,它就是著名的兰德公司。目前,全球靠点子挣钱的咨询与信息服务业每年的营业额高达数千亿美元。曾经成功地指导雀巢公司度过严重的“信誉危急”的世界著名公关专家帕根说:“我是用智慧挽救了雀巢。任何一家试图长久生存并发展的企业,都离不开好点子的相助”在西方发达国家,“点子”一词

已成了“创意致富”的专有名词。点子就是利润、就是金钱，成为社会共识。在我国，自何阳点子的旋风带动了全社会的点子意识高涨以来，各类带有“点子公司”性质的咨询，策划、顾问公司纷纷在全国运作起来，这是推动市场经营发展的可喜现象。

为了提供有益的借鉴，本书搜集世界名国经营成功的点子1000例，分门别类排列，并在此基础上概括，提炼出25种出点子的方法。我们相信，书中千百个出神入化的事例一定会使你思路大开，二十多种出点子的方法会把你创意致富的思路升华为熟练的技能和技巧。细读此书，你若是位经营者，她会助你出奇制胜，事业有成；你若是位咨询策策划者，她会帮你增进知识和智慧，使你的战略构思，密规划旗开得胜，转化为物质财富。

我们偏写这本书，若能在改革中推动我国商品经济的发展尽些微力，与愿足矣！

第一编：成功点子的技巧与方法

一、点子的特点

1、针对性	(3)
2、巧妙性	(4)
3、广泛性	(5)
4、社会性	(6)
5、可变性	(9)

二、点子的分类

1、好点子、坏点子、笨点子	(11)
2、有用的点子、无用的点子	(14)
3、大点子、小点子	(17)
4、快点子、慢点子	(19)

三、点子的方法

1、触类旁通法.....	(23)
2、信息获取法.....	(24)
3、逆向思考法.....	(26)
4、出奇制胜法.....	(28)
5、名人效应法.....	(29)
6、善于发现法.....	(31)
7、以进为退法.....	(33)
8、迂回曲折法.....	(34)
9、深思熟虑法.....	(36)
10、抓住时机法	(38)
11、心理探讨法	(40)
12、模拟创造法	(45)
13、整体思考法	(47)
14、需要产生法	(48)
15、改变角度法	(50)
16、假设思考法	(52)
17、抓住灵感法	(54)
18、推理分析法	(59)
19、替代置换法	(62)
20、有机组合法	(63)
21、改变形态法	(67)
22、预测思考法	(71)

23、利用废物法	(75)
24、梦境利用法	(79)
25、集体讨论法	(82)

第二编：开发市场的点子

一、产品开发的点子

给手表公司出点子	(91)
轻轻松松赚大钱——电话道歉	(92)
一句古诗引发出来的新产品	(92)
“印”在杯子上的交通图	(93)
巧钻空子	(94)
安全书包	(94)
可口可乐的来历	(95)
开发边缘商品	(95)
开发组品商品	(96)
开发“鸳鸯产品”	(97)
玩具出租业	(97)
填补人的需求空档	(98)

福物公司的宴请之道	(99)
美国蟹肉短缺日本人发明人造蟹	(99)
“吹牛”吹出来的香烟	(100)
特别贺年卡	(101)
投人所好起死回生	(102)
化整为零分而治之	(103)
录间鞭炮	(104)
72 行外再创新行业	(105)
新奇的唱片	(106)
广州的秀才命名公司	(107)
奇妙的赚钱热线	(108)
公园里的奇想	(109)

二、公关拓展的点子

让每个中国医生都了解杨森	(110)
用赞美词和赠送礼品征服消费者的艾丝蒂	(111)
系列公关活动使施特罗啤酒名声大振	(112)
美国雷诺公司故意起诉替自己宣传	(113)
美国人机场饭店的开业仪式	(114)
日立公司在美国巧处邻里关系	(115)
日本的著名影星松田圣子店	(115)
巧借名牌促销产品	(116)
坦率的讨教更有推销效果	(117)
抓住女顾客隐秘心理做文章的松下公司	(118)

日本角荣公司的“空手倒”预约销售法	(118)
台湾太平洋建设公司先建球场后卖房的销售策略	(119)
台湾哥林公司的销售奇招：捉拿歌星嫌疑犯	(120)

三、形象求新的点子

主妇发明小刷子获专利 15 万元	(122)
加藤创意改牙刷产品畅销十余年	(122)
三菱公司的电火锅	(123)
姚思伟翻新手帕式样环球厂出奇制胜	(124)
改进瓶盖味精大销	(125)
企鹅出版社靠平装书发家	(125)
松下公司的投其所好	(126)
日本汽车为顾客着想	(127)
抓住用户急需索尼公司获成功	(127)
开大罐头瓶口森永胜对手	(128)
借用美国贷发展“丰田”车	(128)
“偷工减料”销路大增	(129)
美国巧克力大王的第一战功	(130)
改进包装造就了 700 亿元的富翁	(130)
口看糖成药品锦州厂家大得利	(131)
斜口袋的专利	(131)
“吹”出来的吸尘器	(132)
小改进赢得一流表带厂	(132)
手表上复制名画获成功	(133)

何阳靠点子做生意.....	(134)
裙式瓶子卖出 600 万美元的专利.....	(135)
从小处着眼赚大钱的富田公司.....	(135)
珍珠项链吸引人, 滞销产品变俏销.....	(136)
化整为零茅台酒走入百姓家.....	(136)
电机巧打扮闯入国际市场.....	(137)
茉莉茶改名销路大开.....	(137)

第三编：投资创业的点子

一、投资创利的点子

白手起家者.....	(141)
一美元的生意.....	(142)
千奇百怪的公司.....	(143)
投资花店.....	(145)
办啤酒屋.....	(146)
办销售学校.....	(147)
投资艺术品.....	(148)
投资宠物美容业.....	(149)

做女性的生意·····	(150)
讨债公司的讨债术·····	(151)
从店员到大亨·····	(152)
一条建议值百亿·····	(153)
巧居奇贷·····	(154)

二、情报信息的点子

旧金意大利银行靠内线吞并太平洋银行·····	(155)
听者有意即得财富·····	(157)
日商由失踪的苏联官员身上得到的情报·····	(157)
世界飞机出口史上的奇迹源于情报的刺探·····	(158)
世界上第一机密的保密手段·····	(159)
专做资料情报生意的日本人·····	(160)
少产和增产的决策来源于气象预测的了解·····	(161)
日商靠擦皮鞋得制鞋技术·····	(162)
百货公司收集顾客记事的废纸条·····	(162)
抓信息抢得“丽珠得乐”生产权·····	(163)
本田公司抓环保信息一举占领美国汽车市场·····	(163)
陈玉书抢买北京积压名瓷一举成为行业大王·····	(164)
分析苏联杂志穷汉成为日本的富商·····	(165)
亨利靠一条消息引发灵感成巨富·····	(166)
“闻风”重要“而动”更要紧·····	(167)
从家庭主妇议论中得到“三通”·····	(167)

三、广告宣传的点子

加深印象的火柴广告.....	(169)
本田公司的怪诞广告.....	(170)
美国兰丽化妆品公司的累积印象广告.....	(171)
故弄玄虚的“买一送二”	(172)
山口百惠的“红鞋”	(173)
死人说话的水果广告.....	(173)
裸体的裤子广告.....	(174)
美国雪菲德公司的“肥胖女”模特儿.....	(175)
类似滑稽剧的灯泡广告.....	(176)
激将顾客自尊心的汽车广告.....	(176)
将缺点强调为优点的“汉斯番茄酱”广告.....	(177)
“明星”未必是美人	(178)
巴尔扎克用小说替朋友做广告.....	(178)
HRC 牌手表的悬念广告	(179)
“海飞丝”洗发水打入大陆的悬念广告	(179)
在衬衣纸板上做广告的百万富翁.....	(180)
法国波莫瑞香槟酒“羊群里出骆驼”广告.....	(182)
波莫瑞香槟酒厂对酒广告禁令的广告对策.....	(182)
抓人潜层心理的司迪麦口香糖广告.....	(183)
麦西百货公司的超短裙广告.....	(184)
胖乎乎的婴儿小脚做出的奶粉广告.....	(185)
一毛钱广告巧借几十万广告东风.....	(185)

轰动香港的“利宝源”珠宝广告.....	(187)
洗车店前的对比广告.....	(188)
巧用夸张的广告.....	(188)
意大利——服装店的“价格最昂贵”的广告.....	(189)
飞利浦公司的请喝热咖啡广告.....	(190)
日本商人打开商场的广告先行战术.....	(190)
法国香槟酒厂的特制金瓶.....	(191)
梁培基售药广告中的大喘气.....	(192)
“假女王”驾珠宝店开张增辉	(192)
箭牌口香糖的广告定位.....	(193)
美国影片耸人听闻的招客术.....	(194)
美国太平洋电话公司以邓小平为题的广告.....	(195)
借原子弹试验地命名的“比基尼”泳装.....	(196)
西德奔驰汽车的赠款广告.....	(197)
别具匠心的显丑揭短广告.....	(197)
将银行名字改为“这银行”	(198)
为“10 万美元寻找主人”的保险柜广告	(199)
保险公司寄给用户的“寓言”	(199)
美国 JTP 广告公司的病胃与人的对话	(200)
引发人的恻隐之心幽默广告.....	(201)
姜广告大师的“屈居第二”广告.....	(201)

第四编：经营销售的点子

一、成功经营点子

发美国人避孕套财的亚洲商人.....	(205)
松下公司“不发明，只改进”的战略.....	(206)
香港怡东酒店出高招“九七”客房预订一空.....	(207)
基辛格经商愿者上钩.....	(207)
塑造“美国小姐”的远见.....	(208)
自由女神过生日是生意人生财的好机会.....	(209)
耐克公司从来不生产一双鞋.....	(210)
加航公司通港飞机编号为 888. 889	(211)
包玉刚立足东南亚的韬略.....	(211)
日本航空公司大力制作学生制服.....	(212)
亏本 10 年的美国索尼	(212)
请孩子决策的玩具厂家.....	(213)
针对蓝领阶层的米勒啤酒.....	(214)
日本麦当劳店员祝福客人生日的掌声.....	(215)
古耕虞并非冒险的冒险决策.....	(215)

借风行船“亚都”得利·····	(217)
藤田为信守合同空运交货·····	(217)
“允许仿造”的柯达相机·····	(218)
大做厕所文章的加拿大老板·····	(219)
威登皮箱的高贵形象·····	(219)
香港白花油声誉鹊起的手段·····	(220)
双星公司占领国内市场的策略·····	(221)
千叶县迪斯尼乐园借名“东京”·····	(222)
克罗反客为主登上麦当劳老板宝座·····	(222)
以名钩利的美国毕坚商店·····	(223)
麦当劳餐馆一切为了顾客方便·····	(224)
以“会员制度”吸引顾客的港商·····	(224)
土光敏夫靠洞察力称雄航运业·····	(225)
将全市最可口的饭店请到新建的百货商店来·····	(226)
索尼公司在美国“带头牛策略”·····	(226)
德国大众公司总经理靠新型车翻身·····	(228)
稷草打兔赚了柯达公司的钱·····	(229)
何阳为邮局出一经营广告招·····	(229)
麦克靠运单只手套蒙骗美国海关逃税成功·····	(230)
生意兴隆的出租丑女代办所·····	(231)
美国人巧在邮票上作广告·····	(231)
日商辛格浩让口香糖赶上时髦·····	(233)
一幅画也卖不出去的毕加索一招出名·····	(234)
以总统绰号为招牌的饭店·····	(234)
山口百惠开明星旅馆·····	(235)
利用苏联解体大做文章的台湾商界·····	(235)

二、销售兴旺的点子

抓住高考时机“克补”猛攻市场·····	(237)
商品投入市场中的“饥饿”方针·····	(238)
只卖一茬的意大利菜市场·····	(239)
推销中盐水浸泡各家螺丝以片高低·····	(239)
利用男女间微妙心里推销·····	(240)
麦拉伦以言辞“杀人”获成功·····	(241)
同样商品提高一种的价钱很快卖掉另一种·····	(242)
东京银座商店一折销售法·····	(242)
海湾战争后英国航空公司的免费旅游·····	(243)
瑞士手表名店廉价销售策略·····	(244)
买一送一美汽车厂起死回生·····	(245)
丰田推销员先迎合再诱导的招术·····	(246)
举办重奖赛吃。一下打开面包销路·····	(247)
加拿大妙女求销看烟·····	(247)
周口味精发动个体户突破国营产品的市场垄断·····	(248)
美国人大力宣传吃面长大个向日本推销小麦·····	(249)
日本日清公司将方便面打入美国的策略·····	(250)
长岛商人巧卖汽车·····	(251)
象牙肥皂行销全美的几步棋·····	(252)
以“可得黄金”的许诺推销香烟·····	(253)
敬重是战胜对手的利器·····	(254)
“有钱难买的商品才是好商品”·····	(255)