



实战派MBA课程精华

# 老板经典

商业大师写给未来精英的忠告

韩 冰◎编著



## 中小企业做大做强的八项修炼

如何带领企业成功致富；如何铸就国际一流企业；如何每天成交亿万订单；如何打造高效能团队；如何创造世界财富神话；如何用舌头打败拳头；如何白手起家、以小博大；如何在商场光芒四射……



新世界出版社  
NEW WORLD PRESS

中小企业做大做强的八项修炼

实战派MBA课程精华

# 老板经典

商业大师写给未来精英的忠告

韩 冰◎编著

**图书在版编目(CIP)数据**

老板经典：中小企业做大做强的八项修炼/韩冰编著. —北京：新世界出版社，2011.7

ISBN 978-7-5104-1810-5

I. ①老… II. ①韩… III. ①中小企业-企业管理 IV. ①F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 082222 号

**老板经典：中小企业做大做强的八项修炼**

---

作 者：韩 冰

责任编辑：任延军 王道应

排版设计：刘 杰

责任印制：李一鸣 黄厚清

出版发行：新世界出版社

社 址：北京市西城区百万庄大街 24 号(100037)

发 行 部：(010)6899 5968 (010)6899 8733(传真)

总 编 室：(010)6899 5424 (010)6832 6679(传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版 权 部：+8610 6899 6306

版权部电子信箱：[frank@nwp.com.cn](mailto:frank@nwp.com.cn)

印 刷：廊坊市华北石油华星印务有限公司

经 销：新华书店

开 本：787×1092 1/16

字 数：500千字

印 张：24.25

版 次：2011年7月第1版 2011年7月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5104-1810-5

定 价：29.00元

---

版权所有，侵权必究

凡购本社图书，如有缺页、倒页、脱页等印装错误，可随时退换。

客服电话：(010) 6899 8638

# 写在前面

感谢您阅读本书。为了确保高效阅读,本书编辑特作如下简要说明:

## -----关于本书的4句话-----

**编写定位:**专门为年轻企业家编写,非主流MBA经典培训课程的精华本。

**培训教练:**来自全世界最有人气的成功及商业大师——拿破仑·希尔、戴尔·卡耐基、松下幸之助、乔·吉拉德、比尔·盖茨、史蒂芬·柯维、卡耐基夫人和李嘉诚。

**思想精髓:**激励、经营、推销、效能、财富、演说、商业谋略和魅力等八个方面。

**解决问题:**如何带领企业成功致富;如何铸就国际一流企业;如何每天成交亿万订单;如何打造高效能团队;如何创造世界财富神话;如何用舌头打败拳头;如何白手起家、以小搏大;如何在商场光芒四射。

## -----阅读本书你能得到什么?-----

**思维及行动模式:**

- ①松下电器开门营业之前的第一件事;
- ②化渴望为财富的6大步骤;
- ③乔·吉拉德确保成交的6样东西;
- ④报告坏消息的骨架(SPINES)策略;
- ⑤管理者授权的10大原则;
- ⑥高效能人士的7个习惯;
- ⑦演讲者千万不要犯的错误;
- ⑧比尔·盖茨每天问的4个问题;
- ⑨微软公司小团体思维模式;
- ⑩李嘉诚日常管理9要点;
- ⑪美国总统礼仪顾问关于服饰的忠告;





⑫收购和买古董的区别……

**成长及经营策略：**

- ①如何与自己对话；
- ②一窝蜂时怎么办；
- ③政商关系如何处理；
- ④如何寻找市场空白；
- ⑤怎样讨顾客欢心；
- ⑥如何才能少犯错误；
- ⑦如何应对商业新规则；
- ⑧出现财政赤字怎么办；
- ⑨如何通过关系开展业务；
- ⑩如何把坏消息转化为好消息；
- ⑪处理棘手问题的方法和具体战术；
- ⑫如何进行有效的自我操练……

**个人思考：**

- ①是什么限制了大多数人的成功？
- ②为什么很少有人40岁前成功？
- ③决定为什么没有对和错？
- ④松下为什么选用看到国旗掉泪的人？
- ⑤微软为什么不与最终用户交谈？
- ⑥为什么不可独霸行业？
- ⑦人为什么不知道自己要什么？
- ⑧为什么有教养的人遵守条条框框？……

----- 关于本书阅读步骤的若干建议 -----

阅读前,120%相信本书定有受用之处——看见是从相信开始的。

阅读时间最好为早起30分钟和睡前30分钟——心灵成长欢迎安静，拒绝喧闹。

倘若不认同书中某章或某节,请抛开——智者从来不把本来快乐的事变成折磨。

读完一章或一节不忙于分享——达人需要沉淀，达人需要传播做到的而不是学到的。

读完后,请将实用部分融入经营和成长中,逐渐忘记本书——书是为你服务的!



本书中价值连城的8句话



每个成功的故事,都是以这样的方式开头的:“从前有一个人,他希望有朝一日……”

——成功学大师拿破仑·希尔



即使没有客户光临,也要准时开店服务,因为做生意不只是为了赚钱。

——经营大师松下幸之助



成交总是降临在那些准备成交的推销员身上。

——推销大师乔·吉拉德



消防队的最大贡献应是做好防火工作,而不只是忙于到处救火。

——效能大师史蒂芬·柯维



我们不能像大公司那样考虑问题,否则我们就死定了。

——财富大师比尔·盖茨



你得告诉他们一些有关他们的事,而那是他们没想到你可能会知道的。

——成功学大师戴尔·卡耐基



我首先是一个人,再而是一个商人。

——商业大师李嘉诚



与其跟狗争道,被它咬一口,倒不如让它先走。

——魅力大师卡耐基夫人





### 本书最基本的3个使用功能

**自学功能：**为企业总裁或经理人提供思考方法和问题解决方案；

**培训功能：**用来对主管和下属实施自助阅读培训；

**赠送功能：**通过跟客户、朋友分享，一起成长和进步。



# 目 录

写在前面

## 第一项修炼

### 成功学

——成功学大师拿破仑·希尔教你带领企业成功致富

#### 第 1 章 成功思维：任何一款成功故事的开头方式

每个成功的故事，都是以这样的方式开头的：“从前有一个人，他希望有朝一日……”

——拿破仑·希尔

|                     |    |
|---------------------|----|
| 预测一个人未来的简便方法 .....  | 3  |
| 是什么限制了大多数人的成功 ..... | 4  |
| 任何一款成功故事的开头方式 ..... | 5  |
| 生命中宝贵的成功循环线 .....   | 6  |
| 为什么很少有人40岁前成功 ..... | 7  |
| 为什么人类的成长离不开问题 ..... | 8  |
| 决定为什么没有对和错 .....    | 9  |
| 别人根据什么标准评断我们 .....  | 10 |

#### 第 2 章 成功榜样：华盛顿文明礼貌守则 110 条

凡不能获得他人信任的人，永远难求成功。

——拿破仑·希尔

|                        |    |
|------------------------|----|
| 米开朗基罗杰作《大卫》的神奇来历 ..... | 11 |
|------------------------|----|





|                         |    |
|-------------------------|----|
| 爱迪生如何将“不可能”变为“可能” ..... | 12 |
| 亨利·福特使梦想成为现实的方程式 .....  | 13 |
| 华盛顿文明礼貌守则110条 .....     | 14 |
| 全世界最畅销香肠的奋斗故事 .....     | 15 |
| 哲学家苏格拉底犯过的最大错误 .....    | 16 |
| 被打败却没被打倒的伟人们 .....      | 17 |

### 第3章 成功致富：化渴望为财富的6大步骤

希望不能给人带来财富，渴望却能带来。

——拿破仑·希尔

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 化渴望为财富的六大步骤 .....        | 19 |
| 卡内基讲给落魄推销员的4句话 .....     | 20 |
| 如何让自己的收入倍增 .....         | 21 |
| 如何将入住率10%的大楼变为100% ..... | 22 |
| 一个月如何完成20万销售额 .....      | 23 |
| 小超市战胜超市连锁店的秘诀 .....      | 24 |
| 企业长久的赚钱之道 .....          | 25 |
| 如何进行有效的自我操练 .....        | 25 |

### 第4章 成功路径：改变决定，改变行为，改变结果

世界上没有什么安全性，只有可能性。

——拿破仑·希尔

|                      |    |
|----------------------|----|
| 坏男孩凭什么成为成功学大师 .....  | 27 |
| 改变决定，改变行为，改变结果 ..... | 28 |
| 使梦想成为现实的印度谚语 .....   | 29 |
| 成功人士必经的4个阶段 .....    | 30 |
| 如何寻找成功私人教练 .....     | 31 |
| 如何从山谷冲往山顶 .....      | 32 |
| 如何用80美金环游世界 .....    | 33 |
| 保持良好人际关系的方法 .....    | 34 |



## 第5章 成功驱动:客观存在的问题圈效应

成功依赖于被解决问题的数量。

——拿破仑·希尔

|                        |    |
|------------------------|----|
| 两种截然不同的自我心理暗示 .....    | 36 |
| 造成成功与失败的唯一关键点 .....    | 37 |
| 习惯养成法则——宇宙共通的法则 .....  | 38 |
| 人生最主要的两个驱动力源 .....     | 39 |
| 积极与消极的本质区别 .....       | 40 |
| 客观存在的问题圈效应 .....       | 41 |
| 追求个人成功最保险的方式 .....     | 42 |
| 付出定律:宇宙中最伟大的成功定律 ..... | 43 |

## 第二项修炼

### 经营策略

——经营大师松下幸之助教你铸就国际一流企业

## 第6章 经营客户:生意的终极目的是什么

即使没有客户光临,也要准时开店服务,因为做生意不只是为了赚钱。

——松下幸之助

|                   |    |
|-------------------|----|
| 丰臣秀吉启示录 .....     | 47 |
| 乞丐凭什么成为贵客 .....   | 48 |
| 怎样给客户当掌柜 .....    | 48 |
| 为什么要善待不被录用者 ..... | 49 |
| 生意的终极目的是什么 .....  | 50 |
| 做生意的不二法门 .....    | 51 |
| 如何替客户挑选好物品 .....  | 52 |
| 出现财政赤字怎么办 .....   | 53 |
| 贯彻共存共荣原则 .....    | 54 |
| 为什么你的公司是我的 .....  | 55 |





## 第7章 经营产品:售货如同嫁女儿的3层意思

要像嫁女儿那样严肃、隆重地卖货给顾客。

——松下幸之助

|                      |    |
|----------------------|----|
| 最有价值最永恒产品的唯一标准 ..... | 57 |
| 任何产品的生命周期过程 .....    | 58 |
| 开门营业之前的第一件事 .....    | 59 |
| 售货如同嫁女儿的3层意思 .....   | 59 |
| 发挥产品价值的关键点 .....     | 60 |
| 松下经常反问自己的问题 .....    | 61 |
| 如何把产品送到消费者手中 .....   | 62 |
| 如何突破模仿的怪圈 .....      | 63 |
| 生产一流产品的关键 .....      | 64 |

## 第8章 经营人才:松下电器是制造什么产品的公司

松下电器是培育人才的公司,并且兼做电器产品。

——松下幸之助

|                      |    |
|----------------------|----|
| 社长每天必须问自己的问题 .....   | 66 |
| 松下电器是制造什么产品的公司 ..... | 67 |
| 老板与老师的相通之处 .....     | 68 |
| 为什么选用看到国旗掉泪的人 .....  | 68 |
| 小商店业绩蒸蒸日上的法宝 .....   | 69 |
| 说服力与影响力的关系 .....     | 70 |
| 三头合议制管理模式 .....      | 71 |
| 事业部分权经营法 .....       | 72 |
| 催人奋进的员工守则 .....      | 73 |
| 企业经营的“教条”化 .....     | 74 |
| 顺应同化式教育 .....        | 74 |
| 如何向员工颁发谴责状 .....     | 75 |
| 一种症状两个药方 .....       | 76 |

## 第9章 经营思想:松下自来水哲学

使物价越来越便宜,形成一个充足供应的世界,这就是生产者的使命。

——松下幸之助



|                 |    |
|-----------------|----|
| 松下自来水哲学 .....   | 78 |
| 宗教式经营法 .....    | 79 |
| 水坝式经营法 .....    | 80 |
| 玻璃式经营法 .....    | 81 |
| 尺蠖虫式经营法 .....   | 82 |
| 下雨撑伞式理论 .....   | 82 |
| 企业朝会和夕会制度 ..... | 83 |

## 第 10 章 经营人心：团体结队出货仪式

做企业就是先做产品，后做人心。

——松下幸之助

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 佛家最起码的道德要求 .....      | 85 |
| 团体结队出货仪式 .....        | 86 |
| 做生意与自动售货机的区别 .....    | 87 |
| 为什么美国海军如此敬重野村先生 ..... | 87 |
| 怎样才能解决用人的苦恼 .....     | 89 |
| 如何处理委任与放任的关系 .....    | 90 |
| 为对方利润打算的最大好处 .....    | 90 |
| 日本企业的泄气工程系统 .....     | 91 |
| 商人赚的钱是谁的 .....        | 92 |
| 松下为什么骂员工 .....        | 93 |
| 公司困难时期的裁员问题 .....     | 94 |

## 第三项修炼

### 推销力

——推销大师乔·吉拉德教你每天成交亿万订单

## 第 11 章 推销精神：全盘失败者凭什么成为最棒推销员

假如一生当中，你买过我一次汽车，我就会让你一辈子无法忘记我。

——乔·吉拉德

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 推销员很坏很坏吗 .....        | 97 |
| 全盘失败者凭什么成为最棒推销员 ..... | 98 |





|                      |     |
|----------------------|-----|
| 被客户拒绝意味什么 .....      | 99  |
| 推销员的两大敌人 .....       | 100 |
| 推销最重要的两个单词 .....     | 101 |
| 乔·吉拉德为什么能做到 .....    | 102 |
| 乔·吉拉德办公室里的一句标语 ..... | 102 |

## 第12章 推销策略：当你卖汽车的时候你要卖什么

当你卖汽车的时候，不要推销汽车，要推销名气、地位和驾驶的平稳感觉。

——乔·吉拉德

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 当你卖汽车的时候你要卖什么 ..... | 104 |
| 这次推销目的是什么 .....     | 105 |
| 如何证明产品是最好的 .....    | 106 |
| 乔·吉拉德如何撒谎 .....     | 106 |
| 乔·吉拉德猎犬计划 .....     | 107 |
| 经验通过什么方式获得 .....    | 108 |
| “您会感觉到”强力推销话术 ..... | 109 |

## 第13章 推销案例：乔·吉拉德办公室为何没有汽车宣传画

推销无小事，事事关成交。

——乔·吉拉德

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 乔·吉拉德怎样找工作 .....        | 110 |
| 乔·吉拉德如何发名片 .....        | 111 |
| 如何调动客户的感官与感情 .....      | 112 |
| 人品与产品哪个次要 .....         | 113 |
| 乔·吉拉德250定律 .....        | 113 |
| 乔·吉拉德办公室为何没有汽车宣传画 ..... | 114 |
| 乔·吉拉德在谈论汽车时谈论什么 .....   | 115 |

## 第14章 推销守则：确保推销员成交的6样东西

成交总是降临在那些准备成交的推销员身上。

——乔·吉拉德

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 今天你为什么要去推销 .....  | 117 |
| 你到底喜欢什么样的客户 ..... | 118 |



|                    |     |
|--------------------|-----|
| 如何搜集有用的推销情报 .....  | 119 |
| 客户购买风险问题 .....     | 120 |
| 如何服务更多的人 .....     | 121 |
| 怎样成为最顶尖汽车推销员 ..... | 121 |
| 确保推销员成交的6样东西 ..... | 122 |

## 第 15 章 推销细节:1 年邮寄 12 封信和 168000 张卡片

人们在成交之后总是希望对方不要忘了自己。

——乔·吉拉德

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 乔·吉拉德卖的产品是世界第一吗 .....    | 124 |
| 1年邮寄12封信和168000张卡片 ..... | 125 |
| 富推销员日常使用的词汇 .....        | 126 |
| 说服自己的最好方法 .....          | 126 |
| 乔氏超值服务怎么做 .....          | 127 |
| 怎样让客户知道你對他感兴趣 .....      | 128 |
| 乔·吉拉德推销用语禁忌 .....        | 129 |

## 第四项修炼

### 工作效能

——效能大师史蒂芬·柯维教你打造高效能团队

## 第 16 章 系统效能:时间管理的 4 个象限

既不紧急也不重要的事,做完以后也不会有意义。

——史蒂芬·柯维

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 时间管理的4个象限 .....      | 133 |
| 五代时间管理模式 .....       | 134 |
| 处理信息泛滥的秘诀 .....      | 135 |
| 电话干扰的原因及解决方法 .....   | 136 |
| 会议耽误时间的原因及解决方法 ..... | 138 |
| 时间管理的16个法则 .....     | 139 |
| ABC排序系统 .....        | 140 |





## 第 17 章 沟通效能:如何进入对方的内心世界

说服一个人做他不愿意做的事很难,但要他去做他愿意做的事却很容易。

——史蒂芬·柯维

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 避免沟通不良的有效步骤 .....    | 142 |
| 如何进入对方的内心世界 .....    | 143 |
| 如何利用他人的性格模式 .....    | 144 |
| 有技巧地去要求的5个原则 .....   | 145 |
| 一流沟通者熟知的合一架构法则 ..... | 147 |

## 第 18 章 流程效能:巧妙拒绝让你的生活步入正轨

没有你的允许,没人能让你觉得很糟。

——史蒂芬·柯维

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 内心引导生活的4个步骤 .....        | 149 |
| 空间条理化的SPACE妙招 .....      | 150 |
| 报告坏消息的骨架(SPINES)策略 ..... | 152 |
| 时间管理的5个步骤 .....          | 153 |
| 快速思考的9个步骤 .....          | 154 |
| 巧妙拒绝让你的生活步入正轨 .....      | 155 |

## 第 19 章 团队效能:Z型组织的文化特征

只有先考虑了结果的要求,才能做到以结果为导向,否则就是一句空话。

——史蒂芬·柯维

|                      |     |
|----------------------|-----|
| Z型组织的文化特征 .....      | 157 |
| 团队危机激励法 .....        | 158 |
| 结果导向的11层含义 .....     | 159 |
| 管理者授权的10大原则 .....    | 160 |
| 如何掌控关于人的因素的干扰 .....  | 161 |
| 处理棘手问题的方法和具体战术 ..... | 162 |

## 第 20 章 习惯效能:高效能人士的 7 个习惯

消防队的最大贡献应是做好防火工作,而不只是忙于到处救火。

——史蒂芬·柯维

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 摄影师和摄影爱好者的区别 ..... | 164 |
|--------------------|-----|

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 高效能人士的7个习惯 .....   | 165 |
| 记住别人名字的3个技巧 .....  | 166 |
| 影响人作决定的6个原因 .....  | 167 |
| 让工作更快更好的秘诀 .....   | 168 |
| 详细了解一个人的7种途径 ..... | 169 |
| 如何规划你的每一天 .....    | 170 |

## 第五项修炼

### 财富驱动力

#### ——财富大师比尔·盖茨教你创造世界财富神话

#### 第 21 章 战略驱动力：两个字可以概括微软

每张书桌上会有电脑，每个家庭会有电脑……每台电脑都用微软产品。

——比尔·盖茨

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 速战思想 .....        | 175 |
| 情报分析策略 .....      | 176 |
| 数字化处理系统 .....     | 177 |
| 两个字可以概括微软 .....   | 178 |
| 每天怎样才能有新产品 .....  | 179 |
| 为什么不与最终用户交谈 ..... | 181 |
| 绝不屈居第二战略 .....    | 182 |

#### 第 22 章 组织驱动力：小团体思维模式

我们不能像大公司那样考虑问题，否则我们就死定了。

——比尔·盖茨

|               |     |
|---------------|-----|
| 拆分重组效应 .....  | 183 |
| 分层治理模式 .....  | 184 |
| 小团体思维模式 ..... | 185 |
| 人格化管理 .....   | 186 |
| 早期警示系统 .....  | 187 |
| 神奇的反馈圈 .....  | 188 |
| 冲突是坏事吗 .....  | 188 |





|                    |     |
|--------------------|-----|
| 如何把坏消息转化为好消息 ..... | 189 |
| 为什么要爱年轻人 .....     | 191 |
| 办公室到底属于谁 .....     | 191 |
| 怎样使员工过得舒坦 .....    | 193 |

## 第 23 章 危机驱动力:比尔·盖茨每天问的 4 个问题

微软距离破产永远只有18个月。

——比尔·盖茨

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 推销式面试 .....         | 195 |
| 比尔·盖茨每天问的4个问题 ..... | 196 |
| 决策恐惧综合症 .....       | 197 |
| 如何才能少犯错误 .....      | 198 |
| 如何应对商业新规则 .....     | 199 |
| 如何永远保持NO.1优势 .....  | 200 |
| 微软距离破产还有多远 .....    | 201 |
| 迎接未来挑战的唯一策略 .....   | 202 |

## 第 24 章 利益驱动力:价值和价格哪个重要

如果靠10美元就能打开市场,为什么不认真做?

——比尔·盖茨

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 无极限扩张法则 .....     | 203 |
| 合作营销模式 .....      | 204 |
| 创意如何带来成功 .....    | 205 |
| 如何通过关系开展业务 .....  | 206 |
| 比尔·盖茨式年终金手铐 ..... | 207 |
| 前途和钱途哪个重要 .....   | 208 |
| 价值和价格哪个重要 .....   | 209 |
| 比尔·盖茨为什么而工作 ..... | 210 |

## 第 25 章 完美驱动力:比尔·盖茨式“N-1”雇员计算公式

如果解雇了犯错的人,就等于否定了这个教训的价值。

——比尔·盖茨

|             |     |
|-------------|-----|
| 专业化特色 ..... | 212 |
|-------------|-----|

