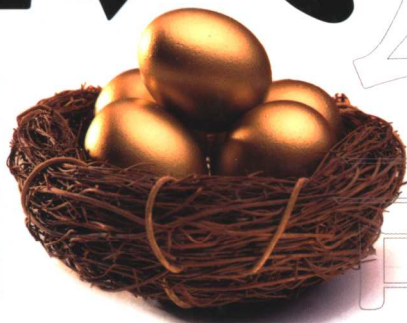


私
营
公
司
经
营
门
道

SIYINGGONGSISIJINGYINGMENDAO

有门道
赚钱

一流公司看门道 二流公司看热闹



「办一流公司，做一流老板」
只要有人的地方，就有赚钱的机会。
寻找和发现，并最终抓住这种机会，
你就是一个高明的成功者。

中国物资出版社

沙比利…… 编著

一流公司看门道 二流公司看热闹

私营公司经营门道

赚钱有门道

「办一流公司，做一流老板」

中国物资出版社

沙比利……编著

图书在版编目 (CIP) 数据

赚钱有门道/沙比利编著. —北京: 中国物资出版社,
2004.5

(私营公司经营门道)

ISBN 7-5047-2130-1

I. 赚... II. 沙... III. 私营企业-企业管理
IV. F276.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 027404 号

责任编辑 钱 瑛

责任印制 衣 薇

责任校对 齐 岩

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮编: 100834

全国新华书店经销

北京普瑞德印刷厂印刷

开本: 880×1230mm 1/32 印张: 33.75 字数: 658 千字

2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7-5047-2130-1/F·0827

印数: 0001—30000 套

定价: 75.00 元 (全三册)

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)



赚 钱 有 门 道

前 言

天下没有好赚的钱。

商界就是这般奇妙，同样是经商办企业，有的老板碌碌终日，一年到头却没有多少进项；有的老板看起来似乎不需要多少努力，利润却是稳步增长。两者的差别虽然也有一点运气在起作用，但主要还是源于经营才能的高低，看你有没有掌握赚钱的门道。

所谓商场如战场，如果没有一套切实管用的经营之道，很难在竞争中立足，更不用说大赚特赚了。公司不赚钱，老板要负首要责任，主将无谋，累死三军。

遗憾的是，绝大多数的公司老板，都过于乐观。他们把经商看得太简单，把前途看得太美妙，整天都算计着怎样赚钱，赚了钱如何花得潇洒，就是没有想到还可能有赚不到钱、甚至破产的一天。这样自以为是，盲目蛮干，总有撞得头破血流的时候。

有些赚不到钱的老板，总认为自己之所以赚不到钱，要么是因为经济气候不佳，要么是经营成本太高，满腹牢骚，就是看不到自己的弱点。

赚钱有门道

赚钱的窍门在哪里呢？一些超级大亨对自己白手起家的经验作了总结，一些学者对商界大亨的共同经验做了理论概括，于是形成了经商的一些基本规则。要想在生意场上取得赫赫战绩，除了应具备资金、技术等必备的条件外，还必须掌握基本的赚钱法则。

阳光普照大地，地球生机勃勃，可以说，只要有人的地方，就有赚钱的机会。寻找和发现，并最终抓住这种机会，你就是一个高明的成功者。

本书根据私营公司的特点，研究其成功赚钱的门道。门道是什么？是暗藏的玄机，是成功的潜规则，是成功者用而不言、秘而不宣的手段和心法。做任何事情，只要摸清门道，吃透规则，掌握手段，做事业则如同宝刀在手，削铁如泥。



赚 钱 有 门 道

目 录

门道 1 做生意不忘交朋友 1

- ☐ 做中国式的“人情买卖” 1
- ☐ 充分重视良好的人际关系 2
- ☐ 别把同行当冤家 5
- ☐ 赢得同行的赞美 8
- ☐ 双赢法则：有钱大家赚 12
- ☐ 即使竞争也要照顾对方的利益 14
- ☐ 人情是一笔不可估量的财富 15
- ☐ 让别人欠你一个情 17
- ☐ 生意不成仁义在 19
- ☐ 建立自己的客户网络 22
- ☐ 会见顾客，了解顾客 24
- ☐ 了解顾客的需要 26
- ☐ 让每个员工都来推销 27

门道 2 随时随地捞信息 30

- ☐ 培养“情报”意识 30

赚 钱 有 门 道

☐ 在市场变化前就采取行动	31
☐ 用变化的眼光看市场	32
☐ 公司经营一般需要哪些信息	34
☐ 企业收集信息的四大原则	37
☐ 如何判断选择“有用的”信息	40
☐ 搜集商业情报的七大秘法	43
☐ 利用人缘关系“捞”信息	47
☐ 向企业秘书人员“套”信息	48
☐ 威力无比的“网”中商情	50
☐ 向经销高手请教	54
☐ 听取有关方面的意见	54
☐ 定期派人“侦察敌情”	55
☐ 欢迎批评意见	56
☐ 路子多了信息灵	57

门道 3 创新是公司赢利的利器 60

☐ 经营的生命在于创新	60
☐ 创新就是突破常规	61
☐ 提高创新能力	64
☐ 卖出去才是硬道理	66
☐ 产品创新的六大智慧	69
☐ 超越常识才能有划时代的构想	72
☐ 自创品牌策略	73
☐ 做生意要有三只眼	75
☐ 灵活机动的促销策略	77
☐ 发挥想像力	79



赚 钱 有 门 道

- ☐ 突破人生的瓶颈 84
- ☐ 善于冷静思考 87
- ☐ 让身心充满活力 90

门道 4 好生意是谈出来的 93

- ☐ 不打不相识 93
- ☐ 携手谈生意 94
- ☐ 微笑地讨价还价 96
- ☐ 让一步才能进一步 97
- ☐ 抱着让步不大的心态 99
- ☐ 坚持自己的主张 100
- ☐ 原则问题不让步 101
- ☐ 如何说服谈判对手 103
- ☐ 谈判中如何拒绝对手 105
- ☐ 一针见血的直觉杀手 108
- ☐ 如何与大公司谈生意 110
- ☐ 知己知彼,不卑不亢 113
- ☐ “攻、守、退、避”两求利 115
- ☐ 心里有个“小九九” 120
- ☐ 商人要敢于说不 122
- ☐ 如何才能迅速达成协议 126

门道 5 能省就是赚 129

- ☐ 精打细算,开源节流 129
- ☐ 对企业成本敏锐起来 132



赚 钱 有 门 道

- ☐ 降低生产成本的技巧 135
- ☐ 过低的价格等于增加成本 139
- ☐ 如何控制生产成本 141
- ☐ 如何进行购置与租赁的选择 143
- ☐ 防止小开支变成巨额费用 145
- ☐ 不可贪便宜买二手货 146
- ☐ 关注涉及现金的业务 147
- ☐ 珍惜你的每一分钱 148
- ☐ 如何控制不必要的花销 150
- ☐ 减少意外开支的方法 152

门道 6 增强公司的竞争力 155

- ☐ 多多学习别人的经验 155
- ☐ 随时掌握同行的动向 157
- ☐ 怎样搜集竞争者的情报 160
- ☐ 模仿别人成功的地方 162
- ☐ 底牌不要亮得太早 164
- ☐ 知道自己的短处和对手的长处 166
- ☐ 以己之长克对手之短 167
- ☐ 到有钱的地方赚钱 168
- ☐ 企业在竞争中获胜的战略 171
- ☐ 竞争制胜的十个绝招 174
- ☐ 打造赢家的核心竞争力 178
- ☐ 树立良好的公众形象 182
- ☐ 投入适当的广告费用 187
- ☐ 不要怕位居第二名 190



赚 钱 有 门 道

门道 7 维护公司的形象 192

- ☐ 君子爱财,取之有道 192
- ☐ 合法地赚钱 193
- ☐ 诚实守信会赚更多财富 196
- ☐ 信誉是公司的无价之宝 199
- ☐ 以质量保品牌 202
- ☐ 生意兴隆七绝招 205
- ☐ 赚钱要赚在明处 209
- ☐ 不要失信于银行 212
- ☐ 商谋与商德 213
- ☐ 花钱办公益事业 215
- ☐ 最好不要惹上官司 217

门道 8 向更高的目标迈进 220

- ☐ 成功之后要有危机感 220
- ☐ 超常规发展的基础是创新 222
- ☐ 开创新事业应慎之又慎 224
- ☐ 触类旁通,提升自己 227
- ☐ 接触优秀人才 228
- ☐ 培养积极思维的能力 230
- ☐ 赚了钱不要太张扬 231
- ☐ 生意成功后也要冷静 235
- ☐ 规模扩大过程中的误区 237
- ☐ 实现公司的持续发展 239

赚 钱 有 门 道

- ☐ 要赚钱,靠眼光 242
- ☐ 关注社会的政治动向 247
- ☐ 多谋善断 253
- ☐ 时常给自己“充电” 255
- ☐ 向自己挑战 256

门道 9 抓住市场机会 261

- ☐ 一个永恒的市场真理 261
- ☐ 机不可失,时不再来 264
- ☐ 机会不是等来的 267
- ☐ 对市场变化有灵敏的反应 271
- ☐ 七分把握三分冒险 274
- ☐ 做生意要当机立断 277
- ☐ 做有才能的决策者 279
- ☐ 为创造机会做好准备 282
- ☐ 敢冒风险 285
- ☐ 关于冒险的三十四条建议 287
- ☐ 有头脑但不依赖创意 293
- ☐ 投资是一把双刃剑 294
- ☐ 相信自己的直觉,但知道局限 297

门道 10 财务管理不放松 300

- ☐ 小公司如何管理往来业务 300
- ☐ 周密、健全的财务规划 301
- ☐ 企业通用十大理财原则 303



赚 钱 有 门 道

☐ 什么叫真正赚钱	306
☐ 怎样进行公司财务预算	308
☐ 及时与财务人员沟通意见	311
☐ 选用合格的财务主管	314
☐ 成功收账的九大要领	317
☐ 掌握顾客的信用状况	322
☐ 当心现金交易中的“黑洞”	325
☐ 盘活资金的秘诀	326
☐ 加速资金周转的几个窍门	334
☐ 在纳税上少花冤枉钱	337
☐ 公司欠债太多怎么办	338
☐ 兵贵胜不贵久,回拢资金要快	340
☐ 资金的生命在于运动	342
☐ 随时掌握财务动态	345
☐ 财务数据的三个关键	347
☐ 老板的公私财产要分开	350
☐ 聘请一个好会计	352



赚 钱 有 门 道

门道 1

做生意不忘交朋友

做中国式的“人情买卖”

西方式的观念很喜欢将“对人的问题”和“对事的问题”分开处理。在商场上，说穿了就是“生意归生意”，“朋友归朋友”。受到西方的影响，中国人的观念也似乎逐渐倾向于“对事要无情”、“对人要有情”的论调。以经验而言，两者之间要求出一个平衡点来，确实很不容易！

中国人到底还是中国人，五千年的传统，不是一下子就能甩得掉的！

在中国人的社会里，“人”与“事”是不容易分开的。中国人的行事准则，其轨道一定是情、理、法，三者顺序不易更动，如果把它颠倒过来，事情就很难办，即使办通了，也会在无形中得罪人。

在生意场合中，双方议价僵持不下，如果有一方搬出“面子”问题，而阁下居然还不肯给“面子”时，恐怕买卖就很难做下去了。

例如：“老板，东西我很满意，价钱也差不多了，你就给个‘面子’少赚一点，把这笔买卖做成算了！”

“做生意就是做生意，价钱和‘面子’是两回事。对不起，少一毛不卖！”



赚 钱 有 门 道

这种回答，保证对方心里会不痛快！心里想：“干嘛！才这么一点钱，连这点‘面子’都不给，又不是‘孤行独市’的，不找你买总行吧！”

中国人一旦搬出“面子”问题，“焦点”会立刻转移，如果处理不当，不但买卖不成，而且仁义不在。但若换个方式说，效果可能就大不相同了！

“既然您这么讲，我就没有什么话说了，钱赚不赚其次，但你这个朋友一定得交。一句话，照您的价钱给您！”

给对方“面子”，他未必下次再找你做买卖；但至少他不会替你做“反宣传”，这就是收获。

对中国人而言，一样买东西，我为什么找你而不找他？除非你给我“面子”，而所谓“面子”，包含了折扣、优惠或特别的服务，要不然，我干嘛让你赚钱？

话虽这么说，也并不表示中国人对“人”与“事”一定会完全混淆不清，而是有程度上的差异。“合作是交情，成交是生意”，虽因“交情”而合作，生意则仍应保持有利润才行。

跟中国人相处，尤其做生意，是一种艺术。运用之妙，存乎一心，很难完全套公式。简单来说，就是让对方有“爽”的感觉。愈能让对方痛快，就愈可能达到“买卖完成，仁义又在”的最高境界。

充分重视良好的人际关系

某次会议中间休息时，几家公司的销售人员说起言谈举止对于赢得客户的重



赚 钱 有 门 道

要性。其中的一位打断了同行们的话：“照我看，对客户们客气、跟他们套近乎是一点儿用也没有。反正我的客户们素质糟透了。我经常得在电话里冲他们吼叫，因为他们实在叫人生气。不过，到第二天我当然得向他们道个歉。”

这个例子说明，认为建立良好人际关系对经商毫无意义的人本身是个失败者，认为这种特别的努力没有用处的人本身就没有进行这种积极的尝试。

你常会遇到一些人，他们对你说说让客户和合作伙伴成为盟友的努力最终是毫无价值的。请不要被这些反面意见所阻挠或动摇，认为“维持和巩固关系毫无用处”，这种说法其实是无能的表现，纯粹是种托辞。说这话的人从不争取与人建立和谐的最佳关系，而且对其合作伙伴的特点和优点一无所知。归根结底，持此观点的人就是不受人欢迎的家伙，在他们看来，合作和交往中的举止有礼、和善可亲是毫无意义的。

“维持和巩固人际关系毫无意义”这种谬论可能有更深一层的原因。即，不善于与人交往的人不得不想方设法阻止他人看穿自己对工作伙伴的不良态度，以及他在人际交往中的无能。因此，他极力贬低并阻挠那些维持和巩固良好关系的行为。他不愿意看到，他的同事或合作搭档用成功的经历证明，良好的人际关系起了关键的作用；他担心，有朝一日，证明自己现在的举止无可厚非的论据都会被驳倒，自己蹩脚的举止和表现会暴露无遗；他担忧，在他置身的集体中会出现一种人际交往的新风气，使缺乏交际技巧的他一事无成。

不少人不重视人际关系是因为缺乏远虑。他们只关心第二天结果如何，而不考虑如何从根本上提高自己获取成功的能力，以及如何能使自己长期地在有利的环境中工作。

赚 钱 有 门 道

目光短浅的人必然会忽视“特殊关系”所能带给他们的益处。例如，他们从未想到，与在急于求成的谈判中节节让步、提供低廉的报价相比，如果把这笔损失的差额早些投资在维持和巩固良好关系上，结果可能更为经济划算。他们没有认识到，虽然前者使他们更容易敲定眼前的一份合同，但后者却为他们奠定了基石，令他们在日后的更多份合同中，在价格上不必大举“割肉”。因此，与人交往合作的能力，它还包含了进行战略性的长远考虑和行动的能力。

某一行业中价格战愈是硝烟弥漫，考虑关系智商的作用和意义就愈重要。

首先，激烈的价格竞争通常会使客户举棋不定。所有供货商的条件几乎一致无二，难分上下。最终，你的客户所做的选择只能取决于双方关系的优劣程度。

其次，在很多时候，高质量的和谐关系免去你在价格战中亦步亦趋的辛苦。即使你必须为客户提供优惠的价格，也不会达到像你的竞争对手那般的“出血”程度。

此外，“特殊关系”为你在谈判中留有更大回旋余地——一位尊敬你、对你有好感的客户在价格谈判中也会公平对待你。他不会咄咄逼人，利用谈判机会显示他的生意手腕。

对他来说，重要的不光是价格，还有他跟你的交情。他看得到与你合作会给他带来哪些共同利益。他会给你机会用其他论据来说服他，例如：凭借你的产品质量和服务质量上的优势。

他不会像其他大多数人通常所做的那样，用“您的价钱太高”之类的话一



赚 钱 有 门 道

口回绝你。他会明白坦率地告诉你，哪些要求和条件是他选择时的关键。他努力与你一道争取一个双方有利可图的结果。

当然，没有一种措施或方法能够“放之四海而皆准”。依靠人际关系当然不一定时时有效，事事有效。个别时候努力而不见效当然是可能出现的，但这只会是极少数。你只需记住，你可以凭借关系智商愉悦绝大多数的客户和合作伙伴，给绝大多数的人留下深刻而良好的印象，并赢得他们的友谊。这已是值得高兴的成绩。因此，你在任何时候都不能放弃争取朋友和同盟的努力。

即使对方偶尔让你失望一回，比如说，谈判没有预期的成功，你也要坚持把他当“特殊人物”来对待。别只是在闲来无事或万事太平时才想起向他表示尊重，无论何时你都应敬重、关照他。

或许你会不时碰到些“让人受不了”的人。他们态度生硬，毫无顾忌，说话从不顾及礼节，显然对文明体面的举止毫无概念。他们得寸进尺，只会惹人气恼，而你就算竭尽全力也无法改善相互间的关系。

这样的伙伴的负面影响糟糕透顶。他们会大大破坏你的情绪，就像一个吞噬你所有积极意念的“黑洞”。他们使你忘记你的工作和生活圈子中还有许多讨人喜欢的伙伴。请不要因几个害群之马的存在就心灰意冷。一般说来，如此举止的人毕竟寥寥无几。你应常记于心的不是个别人的狂妄自大、缺乏教养或肆无忌惮，而是大多数令人愉悦的规矩友善的客户和伙伴。

别把同行当冤家

生意场上的竞争是非常激烈的，在生意人中间，经常存在一种敏感、微妙