

世界顶级企业最完美的执行理念

汤杰特◎编著

管理.销售 与 的 10大手段

真正解决管理与销售中的细节问题

借鉴国外成功的管理与销售经验，提炼出了10大手段，生动而实用。让你在轻松中接受大师们的思路、原则和方法。力图简单化、轻松化。

学之即能用，用后便会恍然大悟。

10 MEANS OF MANAGEMENT AND SALE

中国商业出版社

汤杰特◎编著

管理·销售 的 10大手段

真正解决管理与销售中的细节问题

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

管理与营销的 10 大手段/汤杰特编著. - 北京:中国商业出版社,2004.10
ISBN 7-5044-5243-2

I. 管… II. 汤… III. 企业管理-市场营销学
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 111597 号

责任编辑 孙启泰

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
中国电影出版社印刷厂印刷

*

787×1092 毫米 16 开 32 印张 500 千字
2005 年 2 月第 1 版 2005 年 2 月第 1 次印刷

定价:68.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

前 言

对于一个公司或单位来说，“管理”的意义是非常重要的，它常能起着“关键链”的作用。什么叫“关键链”，即掌控全局的枢纽。显然，离开良好的管理，要想提高工作效率，赢得高额利润，都是不可想象的。

有些管理者认为，“管理是一个企业或公司的生命线，任何死板、概念式的管理法则都极易把公司引入到不敢越雷池一步的尴尬境地。对现代管理者来说，最需要的是智能管理。”这种观点尽管大半是正确的，但很容易产生一种误区，即对那些已经被大家公认的管理“手段”，常不屑一顾，过多地自己去摸索，结果反而收效不好。

管理是提高工作效率的惟一法则。不抓好管理，就谈不上工作效率。究竟有哪些管理方法属于手段，必须要加以精心掌握和随时运用的呢？

我们借鉴国外成功的管理经验，例如美国 GBD 公司就根据“伊索寓言”提炼出了三十八条管理信条，生动而又实用，所以为了把这些先进的思想引进国内，我们编著了本书第一部分“管理的五大手段”，力图带来耳目一新之感。

下面再谈一谈“营销”问题：良好的管理是为了工效，工效的直接体现是营销。的确，营销之难是令许多推销员头痛的，常为无法攻占市场而苦恼。但这不是可以回避的市场学问题。实际上，营销也同样存在一些“手段”，是普遍而行之有效的准则，因为营销是见证工作效率的过程，聪明的营销手段都是具有高倍的成功率，同时又具有必须遵守的手段。

本书第二部分提炼出了“营销的五大手段”，观点到位，特别点透了营销了“穴位”。本书不同于其他的管理书籍，它避免了枯燥的空洞的理论，而以全新的形式——以生动的寓言故事和生动的管理、营销故事，再加上管理、营销方面的精典句子压后，形成一本完整的书籍，旨在于：教人管理和营销不以长篇大论，而让你在轻松中接受管理智慧，领悟到管理和营销大师们的思路、原则和方法。学之即能用，用后就会恍然大悟！

最后希望大家做到把管理和营销简单化、轻松化，惟其如此，才能最灵活地掌握和运用管理和营销的“手段”！



目 录

第一部分 管理的五大手段

管理是提高工作效率的惟一法则。不抓好管理，就谈不上工作效率。究竟有哪些管理方法属于手段，必须要加以精心掌握和随时运用的呢？

一、员工管理：把他们变成自己的主人

1. 关心是从一件小事开始 (3)
一句话可以买下一颗心灵
2. 能人就是企业的动力 (7)
薪酬激励是最易被人接受的方法

3. 让每个员工都为工作自豪 (11)
沟通能拉近员工的心理距离
4. 每个人都肩负使命 (15)
让每个员工“活”起来
5. 员工的品德千万不能忽视掉 (19)
缺德的员工还留他干什么
6. 员工的才能才是最重要的 (23)
管理者应多几个得力的“客卿”
7. 与员工一起快乐才是最大的快乐 (27)
愉悦的老板肯定会有一个快乐的企业
8. 善待每一个员工 (32)
你为员工付出多少，员工就会为你付出多少
9. 危机时要给员工心理上注上兴奋剂 (38)
不要让员工失望
10. 允许犯错误 (42)
别因小错而进行一刀切
11. 斥骂是一种激励方式 (46)
言传身教胜过千言万语
12. 让员工在工作中寻找快乐 (50)
积极主动的工作是一个企业壮大的源泉
13. 给员工利益就是给公司利益 (53)
尊重人才是企业的发展动力

二、用人管理：让能者站出来

14. 任人唯贤 (58)
用人不当会给企业带来灾难
15. 夺取优秀人才最快的方式之一是挖墙脚 (61)
挖掘人才需要编一些迷人的故事
16. 真正的领导是站在高山上的 (65)
领导者要看得长远
17. 管理者的职责是引领而不是运营 (69)



运营领导要适可而止	
18. 激励, 千万不要等到晚上说	(73)
领导给员工的印象要利落	
19. 按劳计酬	(77)
奖励公平	
20. 雇用最优秀的人才	(81)
能用优秀的人就不怕没有优秀的企业	
三、权力管理: 布局一盘棋	
21. 信任是最好的沟通	(86)
怀疑本身就是虐待员工	
22. 多次重复就是渗透	(90)
领导者的思想一定要渗透在职员心中	
23. 让每个经理都没有靠背椅	(93)
行动比嘴更重要	
24. 培训是为企业打基石的必要手段	(96)
对员工培训应该自始至终	
25. 真正的管理是不要管理	(101)
权力的充分下放是不要管理的真谛	
26. 有所为有所不为	(105)
变革就是加速与刹车并行	
27. 保持内外部空气湿润	(109)
内外部配制最优化是企业快速运转的保证	
28. 把合不来的伙伴筛掉	(113)
垃圾一定要扔掉	
29. 最有效的工具是团队章程	(117)
无规矩不成方圆	
30. 多一点批评和刺激, 少一点文件	(121)
创新不需要繁杂的累赘	
31. 结果比过程重要	(125)
好结果是鲜花绽放的	

四、竞争管理：强大内在力

32. 与狼为舞就是要成为狼 (129)
不想被别人吞掉，就要有吞掉别人的野心
33. 耐心，耐心，还是耐心 (132)
企业管理切记：耐心有时能解决一切
34. 辉煌总在痛苦后 (139)
真正的企业领导是常在烈火中炼就自己的战略
35. 回避风险不要硬碰硬 (144)
理智的撤退是有效的进步
36. 不简单的目的是要做到简单 (147)
简单是管理的至高境界
37. 降价可以吞并市场 (151)
以小代价可以换取大利益
38. 多余的管理层必须切掉 (156)
累赘只会增加企业的负担
39. 开枪一定要有靶心 (159)
围绕目标进军
40. 把企业的情感注入到产品中 (163)
要满足消费者的个性需要
41. 改变对同行的看法 (167)
同行是对手不是敌手
42. 没有质量做保证的企业是走不远的 (172)
品牌重在以品质取胜
43. 质量是企业的灵魂 (176)
没有质量做保证的企业是走不远的
44. 优质高效是企业变奏曲的主旋律 (180)
高质量要有高技术做保障
45. 不求最大但求最好 (185)
集中优势在某个领域内做强，才能产生高附加值
46. 奇迹是通过管理出来的 (189)

AM

没有管理的企业是孤独的	
47. 吝啬本身就是一种生产方式	(193)
有的吃,也不要浪费	
48. 卓有成效的仿效	(198)
有效的仿效可以少走弯路	
49. 专业化之路才称得上是企业风格	(202)
游击战术不利于企业战略	
50. 效益去向管理拿	(207)
管理制度制定之后,还要有监督保证其运行	
51. 改革首先就是要革除不适应企业发展的人	(212)
对害群之马一定要下狠手裁除	
52. 收购是发展的一种形式	(220)
并购要进行有目的的扩张	
53. 竞争,是在刀下讨生活	(226)
激烈的竞争是企业进步的砒码	
54. 管理不需要每一步都做好考证	(232)
讲求效率与管理之道是企业壮大的方法	
五、服务管理:善待顾客	
55. 千万别瞧不起顾客	(237)
能把“上帝”杀死吗?	
56. 打好服务这张牌	(245)
服务是永续销售的灵丹妙药	
57. 微笑是最简单而又最有效的服务	(250)
微笑就是效益	
58. 顾客就像是情人	(255)
“上帝”千万要好好照顾	

第二部分 营销的五大手段

营销是见证工作效率的过程。聪明的营销手段都是具有高倍的成功率，同时又具有必须遵守的手段。

一、动机营销：做有目的事

- 59. 心态决定一切 (261)
好心态是成功推销的第一步
- 60. 爱心能使你感动“上帝” (265)
爱心是沟通与顾客感情的桥梁
- 61. 没有耐心的推销是走过场 (268)
成功惟有耐心，别无他途
- 62. 顶尖推销员头脑里有目标，其他人则只有愿望 (271)
目标是推销员的行动指针
- 63. 到有鱼的地方去钓鱼 (275)
积极建立自己的情报站寻找潜在客户
- 64. 守信乃推销之本 (281)
失信就失去推销的机会
- 65. 把客户的心抓住 (284)
推销员要有吸引力
- 66. 从好奇心上下手做文章 (287)
出奇制胜好推销
- 67. 给不想喝水的马先吃些盐 (289)
满足客户需求就等于满足自己需求

二、坦诚营销：虚假只能害自己

- 68. 要成为一名销售心理专家 (292)
让客户接受你的人情礼物

EM

69. 笑是最好的推销	(296)
微笑值千金	
70. 与客户建立真诚的友谊	(300)
失去真诚就会使你失去机会	
71. 世上没有人愿意被说服, 惟一能说服的是他自己	(303)
良好的口才是说服顾客的辅助器	
72. 世界上最动听的语言是赞美	(306)
推销时千万不要吝啬你的赞词	
73. 勇于承认错误	(310)
挽救错误带来的后果就是要真诚地承认它	
74. 用事实说话, 用感情推销	(313)
讲故事也能引起感情上的共鸣	
三、攻心营销: 多为顾客着想	
75. 激起客户的需求要多提示	(318)
正中客户的下怀就是正中你推销的下怀	
76. 如何推销客户不感兴趣的产品	(321)
唤起顾客的需要是推销的成功法则	
77. 曲径通幽打通秘书这道关	(324)
为秘书送去一片好心情	
78. 不推销产品, 而要去推销概念	(327)
示范比说服更重要	
79. 集中精神是对顾客最大的尊重	(330)
精力集中能够控制推销局面	
80. 适时沉默, 扮酷	(333)
沉默是最好的回答	
81. 不能怠慢任何一个顾客	(339)
推销员应真诚地对待每一位顾客	
82. 学习怎样走近客户	(342)
让魅力吸引客户	

83. 应该帮助顾客解决问题而不是制造问题 (347)
考虑问题要多为顾客想想
84. 对访问的顾客要有所了解 (353)
知己知彼方能百战百胜
85. 满意顾客写的赞美函永远是推销最有用的工具 (359)
卖完了也不要忘记顾客
86. 把顾客的盖头揭开 (366)
预防拒绝就是避免与顾客硬碰硬
87. 顾客需要尊重 (369)
推销员不尊重顾客也失去了尊重自己的机会
88. 激起顾客的好奇和贪婪心 (373)
不体面的东西不要开门见山就给顾客看
89. 让顾客感到不吃亏 (377)
千万不要忽视顾客的意见

四、鼎势营销：变化各种套路

90. 推销之前先推销自己 (382)
推销时不要自己打自己的嘴巴
91. 顶尖的销售员首先是一名人际关系专家 (385)
在你尊重顾客的同时你也在尊重自己
92. 热爱你的职业 (389)
攻破了堡垒是一种幸福
93. 等时机成熟时再报价 (392)
在报价之前应制造一种悬念
94. 卓有成效地效仿他人成交 (394)
大多数人认为名人做的总是对的
95. 胆怯和害羞会让你失去一切 (397)
当众演讲可以考验一个人的勇气
96. 推销有时用耳朵比用嘴重要 (401)
作为一名好的推销员，必须首先是个精明的听众
97. 在穿着上要得体 (405)

第一印象可以为自己赢得信心

98. 顶尖推销员永远不停止学习 (408)
 进取心是成功的翅膀

五、决战营销：做事必须到位

99. “鞭子”的妙用 (412)
 鞭子一定要跟笑一起配合使
100. 打好销售太极拳 (415)
 面对拒绝惟有坚持不懈
101. 打破与准客户的那道墙 (420)
 面对拒绝绝不能退缩
102. 有小鱼总比没有鱼好 (426)
 要重视你的小客户
103. 推销很欢迎双簧游戏 (429)
 第三者能起到推波助澜的作用
104. 销售就是把话说出来，把钱收回来 (434)
 推销最好就是速战速决，决不要拖延
105. 推销中最重要的是“问” (439)
 在推销时千万要记住问句的重要
106. 多问几个“为什么” (443)
 找不到失败的原因只有永远失败
107. 问，要问出你的水平 (448)
 在问话中推销有很多技巧
108. 把不简单的事做到简单 (454)
 要化顾客的异议成顾客购买的动力
109. 不要担心异议 (457)
 面对异议的最好方法是解决而不是无奈
110. 不用为你的安全担心 (462)
 只要不伤害顾客的自尊，顾客不会攻击推销员
111. 喋喋不休的推销员会令人反感 (468)
 推销不是靠啰嗦成功的

112. 推销离不开心灵的温暖 (471)
没有爱的推销只是一场游戏
113. 节约时间，快刀斩乱麻 (475)
有速度就有业绩
114. 表达感谢之情 (478)
“谢谢”可以增加你的卖单
115. 推销员有时也应说“不” (481)
说“不”的目的是要顾客说“是”
116. 优良的服务就是优良的推销 (484)
产品推销出去了也别忘记顾客



第一部分

管理的五大手段

管理是提高工
作效率的惟一法则。不
抓好管理,就谈不上工作效率。
究竟有哪些管理方法属于手段,必须
要加以精心掌握和随时运用的呢?

