

成功的秘密通道

或曰 傻愚不可及



日本策划大师第一人 伊吹卓 / 著

陈 晨 / 译

绝顶聪明

总想讨人喜欢，却总做讨人嫌的事

为自己高兴，为他人的心痛

成切秘密

或曰 傻愚不可及

日本策划大师第一人 伊吹卓 / 著



绝顶聪明

总想讨人喜欢，却总做讨人嫌的事
为自己高兴，为它人心痛

144358

海南出版社



北京联大 00074382

バカになれば成功する

By Taku Ibuki

Copyright © 1998 by Taku Ibuki

中文简体字版权© 2000 海南出版社

Original Japanese edition Publishing by PHP Institute, Inc.

本书经 Japan Foreign-Rights Centre 安排由 Taku Ibuki 授权出版

版权所有 不得翻印

版权合同登记号: 图字: 30-2000-26 号

图书在版编目(CIP)数据

傻或曰愚不可及 / (日) 伊吹卓 著;

郭振乾 译. - 海口: 海南出版社, 2000.2

书名原文: バカになれば成功する

ISBN 7-80564-942-1

I. 傻… II. ①伊… ②郭 III. 成功心理学-通俗读物 IV. B848.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 18648 号

傻或曰愚不可及

(日) 伊吹卓 著

郭振乾 译

责任编辑: 苏斌 朱晓

特约编辑: 刘德军

※

海南出版社 三环出版社 出版发行

(570216 海口市金盘开发区建设三横路 2 号)

全国新华书店经销

北京市四季青印刷厂印刷

2000 年 3 月第 1 版

2000 年 3 月第 1 次印刷

开本: 850 × 1168 毫米 1/32 印张: 8

字数: 138 千字 印数: 8000 册

ISBN 7-80564-942-1/C · 12

定价: 15.00 元

前 言

1997 年 12 月的一天，我来到一家著名的企业，参加该公司举办的销售人员研修会。参加研修会的都是在公司做过 10 年以上销售工作的员工。

说来也巧，这家公司是日本同行业中惟一一家赤字企业，是新闻媒体上大家议论的对象。

我首先提出一个问题：

“在座的各位，听没听说过‘善于经商的两大秘诀’这句话？听到过的人请举一下手。”

没有一个人举手，和我原先预料的一样。

于是我说：

“所以，你们的公司是赤字企业。不知道善于经商的两大秘诀的公司，生意就做得差！”

就这样，我当头给他们一棒，希望以此唤醒他们的意识革命。

最近，我特别喜欢用“意识革命”这个词。

*

朝日啤酒公司的品牌“超爽”从 10 年前一炮打响以来，一直倍受人们关注。“超爽”的诞生和我也有着那么一点点关系。当时，在朝日啤酒公司担任市场营销部经理的 M 先生曾到我的办公室，受过“意识革命”

成功的秘密通道：傻或曰愚不可及

的洗礼。我个人认定，如果没有那次意识革命，恐怕就没有“超爽”这个牌子。

每想到这件事，我都再一次体会到意识革命的重要性。

*

社会正发生着日新月异的变化。

大企业一个接一个地倒闭了。

它们倒闭的理由很简单。

社会变化了，思维方式也必须变化。但是，人极不善于“改变思维方式”。

从整体上看，人是倾向于保守的。正因为如此，历史上往往会有走投无路的时候。要打破走投无路的局面，就需要“革命”。

“意识革命”也是同样的道理。要在变革时期不被淘汰，每一个人就需要有个人的革命。

*

我个人的意识革命是在发现“善于经商的两大秘诀（倾听投诉法、着眼法）”时发生的。

关于这两大秘诀，我写了十几本书，其中几本还成了畅销书。

很长一段时间我一直在想，关于两大秘诀，已经写了这么多，该收笔了。

但是，最近突然冒出了一个强烈念头：

“应该写一本集大成的书。”

之所以会有这样的想法，主要因为：

第一，两大秘诀的形象在不知不觉中已发生了翻天覆地的变化。

它的变化过程大致如下（回头看看，发现两大秘诀至今已有 15 年了，这 15 年中，差不多以每‘三年一节’的速度在不断发展）：

第一个时期，两大秘诀是了不起的销售术。运用两大秘诀，产品准能销售出去。（《为什么卖不出去》，PHP 研究所出版。）

第二个时期，两大秘诀是日本发明的市场营销术。（《抛掉以往的市场营销学》，日刊工业新闻社出版。）

第三个时期，两大秘诀是策划术。运用两大秘诀，产品一定会畅销。（《畅销率 100% 的商品开发》，桑玛克出版社出版。）

第四个时期，两大秘诀是出色的能力开发术。使用两大秘诀，能在短期内培养出超级推销员、超级开发人员。（《人才革命》，PHP 研究所出版；《为提高销售的潜在能力活用术》，日刊工业新闻社出版。）

第五个时期，两大秘诀是高超的企业经营术。坚持运用两大秘诀，公司就会不断壮大。

第二，企业危机感日益强烈。我想，越是这种时候，两大秘诀就越是有用。

第三，去年碰到了好几出由两大秘诀引发的极妙的悲喜剧，其中最让我感动的是一家时装公司。

在一年的时间里，我对这家公司约 30 人的商品开

成功的秘密通道：傻或曰愚不可及

发小组成员每个月辅导一次。在不到半年的时间里，该公司就开发出了销路好的产品，而且这种产品虽然3000日元一件，一个月内居然售出100多万件。

这使我再次领教了“善于经商的两大秘诀”的威力。

*

常听人们说：“人生不会像道理所说的那样。”但是，我们往往会为某种道理所束缚，以致轻视像两大秘诀这样的感性的东西。

所以需要意识革命。

这也不是什么难事，“不明白没有关系，先做做看”，只要先有这样的行动意识就行。

请各位一定实践一下善于经商的两大秘诀，同时请各位一定坚持下去。这样你就一定能攻克难关，而且一定迎来你的辉煌。

伊 吹 卓

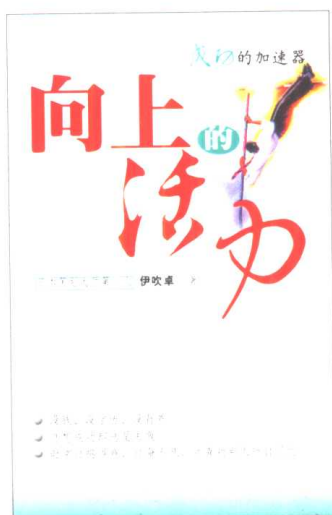
1998年1月10日

[作者简介]

伊吹卓 (IBUKI TAKU)

1932 年出生，毕业于日本神户大学。曾留学美国，从事过广告工作，后专心致力于研究商品销售学，出版的多种著作皆成为日本的畅销书。主要著作有：《着眼力》、《为什么卖不出去》、《为什么卖得出去》、《开发的商品百分之百畅销》等。

日本策划大师伊吹卓教你如何成功



定价：15.00 元



定价：15.00 元

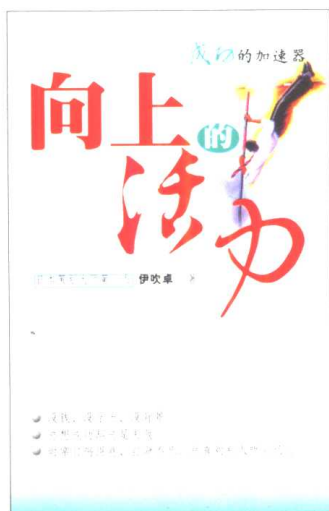
Email Address : HNBOOK@263.net

封面设计：第叁工作室

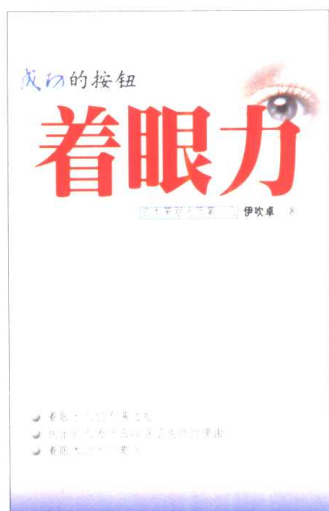
日本策划大师伊吹卓教你如何成功

B8
便

借者单1



定价：15.00 元



定价：15.00 元

Email Address : HNBOOK@263.net

封面设计：第叁工作室

目 录

前 言	(1)
序 章 从研究优秀企业家得出的“愚道”	(1)
1. 经营之道犹如变魔术	(3)
2. 为何人家能卖得这么火爆?	(5)
3. 为何人家能接连推出畅销产品?	(7)
4. 为何别人能聚集优秀人才?	(9)
5. 颇具讽刺——解开谜底的是平庸老板	(11)
6. 优秀企业家的内心	(13)
7. 优秀企业家因愚而成名	(15)
8. 优秀企业家的“愚人之言”	(17)
9. 从研究优秀企业家得出的“愚道”	(19)
10. 愚人学——“愚道”的发现	(21)
11. 老子是“愚道”的始祖	(23)
12. 水之章, 女性之章	(26)
 第一章 愚道: 先愚者而后大老板	(31)
1. 愚笨在日本被誉为美德	(33)
2. 从“武道·天道”到“道理·道德”	(35)
3. “道”是天道公公, 是太阳	(37)
4. 从老子那里学来“装傻老板学”	(40)

成功的秘密通道：傻或曰愚不可及

5. 各有千秋 (43)
6. 显示花枝不如显示根底 (45)
7. 经营者懂得老子的联想法 (47)
8. 孔子是“指南”，老子是“原理” (49)
9. 教科书不灵时，赶快行动 (51)
10. 优秀企业家的“老子联想法” (53)
11. 下雨打伞 (55)
12. “愚笨”的 33 条心得 (57)
13. 证词之一 (59)
14. 证词之二 (61)
15. 证词之三 (64)
16. “愚道”支撑着日本经营 (67)
17. 忘记“愚道”则成不了大老板 (69)

第二章 修炼地：艰难困苦，玉汝于成 (71)

1. 步入“愚道”须先吃苦 (73)
2. 年轻时吃苦是买都买不来的 (75)
3. 苦难培养人 (77)
4. 艰难困苦，玉汝于成 (79)
5. 证词之一 (81)
6. 证词之二 (83)
7. 证词之三 (85)
8. 钻过地狱吗？ (87)
9. 炼狱体验是人生奖章 (90)
10. 拥有炼狱的体验 (92)

第三章 商道:先抓住“卖的技巧”	(95)
1. 经营是教不会的	(97)
2. 关于经营的 13 个烦恼	(99)
3. 关于经营的斯芬克司之谜	(101)
4. 老板职业的平凡的“超能手段”	(103)
5. 从发现两大秘诀到步入“愚道”	(107)
6. 谁都能拥有的炼狱经验	(111)
7. 较之理论更重实据	(114)
8. 让畅销品层出不穷	(117)
9. 成功者的共鸣	(119)
10. “经营的两大秘诀”系列	(121)
11. 畅销书	(123)
12. 证词之一	(125)
13. 证词之二	(127)
14. 证词之三	(129)
15. 《杰出企业》与两大秘诀	(131)
16. 来自消费者的坏话是如此的可怕	(133)
17. 经商之道是“愚道”	(136)
 第四章 商道:两大秘诀	(139)
1. 五花八门的经营方式	(141)
2. 切忌“洋魂洋才”	(144)
3. 在超市里站一天	(148)
4. 把握住需求,你的商品就销得出去	(150)
5. 两大秘诀是抓住顾客需求的秘诀	(152)
6. 为卖出去而设的 TQC	(154)

成功的秘密通道：傻或曰愚不可及

- 7. 发现“好的一面”和“坏的一面” (157)
- 8. 让 CS 成功的两大秘诀 (159)
- 9. 掌握“关键信息” (161)
- 10. 使用两大秘诀,信息就能开花结果 (163)
- 11. 企业重组与企业重建 (166)
- 12. 两大秘诀就是万能的经营手法 (168)

第五章 商道:优秀企业家利用两大秘诀培育人才

- (171)
- 1. 连我都能行还有谁不行 (173)
- 2. 善教者不教 (175)
- 3. 优秀企业家的育人术之一:人越教越蠢 ... (177)
- 4. 优秀企业家的育人术之二:不教而教之 ... (179)
- 5. 优秀企业家的育人术之三:人皆天才 (182)
- 6. 证词之一 (184)
- 7. 证词之二 (186)
- 8. 证词之三 (188)
- 9. 善育人者没有框界 (190)
- 10. 人是万物之灵长 (192)

第六章 运用两大秘诀可以看清世界..... (195)

- 1. 大智若愚 (197)
- 2. 自做愚痴就可明察秋毫 (199)
- 3. 成了傻瓜就有了神性 (201)
- 4. 超能力——人望 (204)
- 5. 超能力——器量 (206)

目 录

6. 超能力——预言能力	(209)
7. 证词之一	(212)
8. 证词之二	(215)
9. 证词之三	(217)
10. 狗的鼻子人的眼	(219)
第七章 著名企业家的经营理念	(221)
1. 经营理念中傻瓜理论的七个级别	(223)
2. 能作出经营计划就能迅速发展吗?	(226)
3. 不要画饼充饥	(228)
4. 经营计划书的四个要点	(230)
5. 经营计划书也是反省书	(233)
6. 成败不同的两种思维方式	(235)
7. 能给人以梦想的才是优秀的经营计划 ...	(237)
8. 观察经营理念就可知道经营者的水平 ...	(239)

序 章

从研究优秀企业家得出的“愚道”

