

有志保持基业常青的经理人的必读物

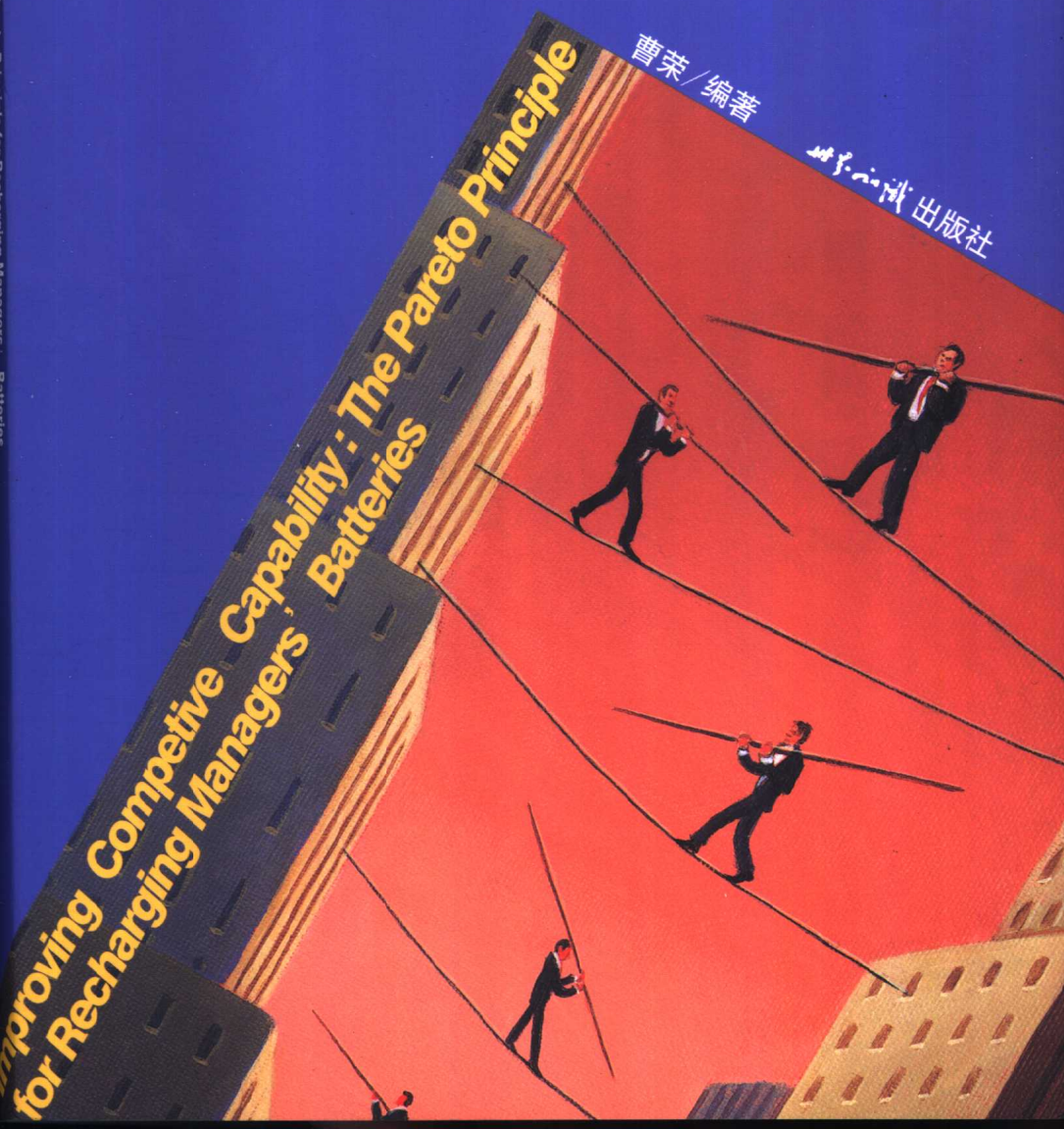
新企业 新法则

竞争力提升

80/20 经理人充电法则

曹荣 / 编著

世界图书出版公司



竞争力提升

曹荣 编著



The Pareto Principle

80/20

for Recharging Managers' Batteries

经理人充电法则

世界知识出版社

图书在版编目(CIP)数据

竞争力提升:80/20 经理人充电法则/曹荣编著. - 北京:

世界知识出版社,2002.10

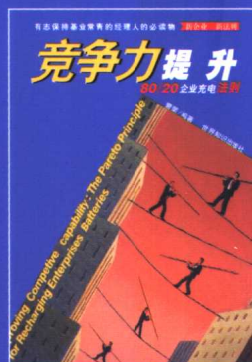
ISBN 7-5012-1877-3

I. 竞… II. 曹… III. 企业领导学 IV. F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 078166 号

- | | |
|------|-------------------------------------|
| 书 名 | 竞争力提升:80/20 经理人充电法则 |
| 责任编辑 | 张光勤 |
| 责任出版 | 赵 珏 |
| 出版发行 | 世界知识出版社 |
| 地址邮编 | 北京东城区干面胡同 51 号(100010) |
| 排版印刷 | 北京仰山印刷有限责任公司 |
| 经 销 | 新华书店 |
| 开本印张 | 850×1168 毫米 32 开 7.625 印张 |
| 字 数 | 85 千字 |
| 版次印次 | 2002 年 10 月第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷 |
| 定 价 | 18.00 元 |
| | 版权所有 翻印必究 |

责任编辑：张光勤
封面设计：董 玮



序 言

为什么 80% 的生意利润, 往往来自公司 20% 的“回头顾客”?

为什么 80% 的销售收入, 往往来自公司 20% 的“畅销产品”?

为什么 80% 的工作业绩, 往往来自公司 20% 的“忠诚员工”?

意大利著名经济学家柏累托, 在 1897 年发明了一套适用于做人、做生意以及家庭、事业、时间管理的大原则, 名为“80/20 法则”。通过这套大原则, 清楚地说明:





——如果我们懂得凡事“复杂简单化”，有眼光地洞悉事情的前因后果，我们往往可以发现，许多时候，20%的事态成因可以导致 80%的事态效果。

——如果我们懂得“用脑”，以小搏大的话，我们往往可以只花上 20%的脑力劳动，换取 80%的辉煌成绩，充分活用杠杆原理。

换句话说，通过运用“80/20 法则”，我们在为人处世、做生意——“个人充电”及“企业充电”之时，可以尽量做到：

1. 既注重“效率”，也注重“效能”。
2. 凡事讲求成效。
3. 集中精力，处事分先后轻重。
4. 凡事看清问题实质，掌握个中精髓。
5. 不学无价值的东西，不做无价值的生意，不做无价值的事情，不与无价值的人为伍，不做无价值的人。

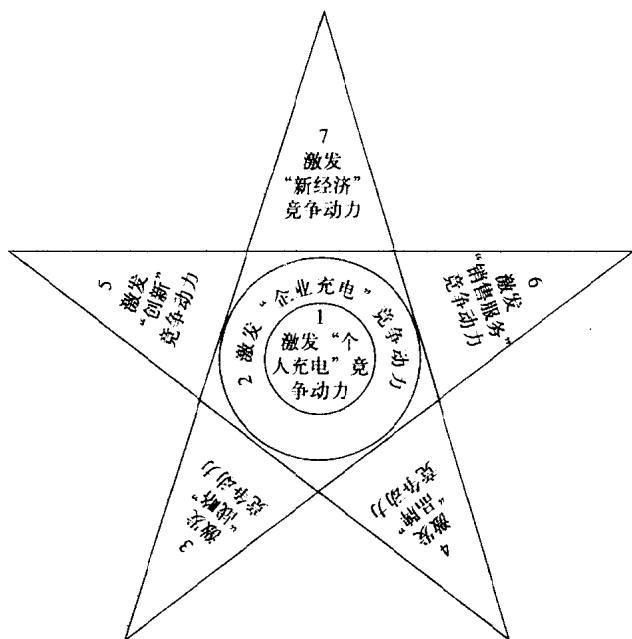
这本新作《竞争力提升:80/20 经理人充电法则》,为
广大职业经理人在新经济的“超竞争时代”里奉上 7 项充
电大原则,为您提供以下激发竞争动力的“个人”及“企
业”充电法则:

- 1.“个人充电”竞争动力;
- 2.“企业充电”竞争动力;
- 3.“战略”竞争动力;
- 4.“品牌”竞争动力;
- 5.“创新”竞争动力;
- 6.“销售服务”竞争动力;
- 7.“新经济”竞争动力。

书中除了以短小精悍之文章,从提升竞争力的角度
清楚带出除“个人”及“企业”充电的一系列重要资讯外,



更为广大职业经理人提供了不少充满创新精神的实用方法。



编者

2002 年 10 月

目 录

第一章 激发“个人充电”竞争动力

人的进步过程就是人的自我价值探索、实现以及提升过程。人的自身动力的激发最终都是为了唤醒、促进人性之中潜藏着的惰性因素。减压,包括 3Q 意识的学习,最终都是为了激发“个人充电”竞争动力。

自我价值探索..... (3)

拨云驱雾 明心见性..... (5)



休息停顿 厚积而薄发.....	(8)
旅游充电 忙里偷闲.....	(10)
“减压三招”.....	(12)
自我激发竞争力.....	(15)
“五大招式”激发竞争动力.....	(17)
“DRAFT”时间管理妙法.....	(19)
“时间管理”工具使用法则.....	(22)
从“时间管理”到“时刻管理”.....	(24)
请关爱你们的孩子.....	(26)
2Q+2Q=完全充电.....	(28)
成功学正走进历史.....	(30)
新经济年代下的自我“知识武装”.....	(32)
《领导人心术》:一本“废话少讲”的管理好书...	(34)

看正宗好书 激发竞争潜能.....	(36)
管理知识贵精不贵多.....	(38)
“钱包充电” 重在盘算.....	(41)

第二章 激发“企业充电”竞争动力

做企业如同做人,商场竞争的残酷拼杀,容易让经理人迷失,并令企业因不具高强应变力而陷入困境。因此,必须全面、有效地激发企业竞争动力,不断给企业由内到外、由上到下进行充电。

变换角色 纵观时局.....	(45)
打造励志歌曲 引发文化动力.....	(48)
员工士气提升“杀手锏”.....	(52)



由“管理休养”到“个人休养”.....	(54)
新经济时代的企业竞争之道.....	(57)
企业 CEO 也没有好日子过了.....	(59)
十大类经理人全记录.....	(62)
上班着便服 一“换”显个性.....	(68)
越生活化的东西越容易卖钱.....	(70)
21 世纪是创业新年代.....	(72)
向顶尖 CEO 取经.....	(74)

第三章 激发“战略”竞争动力

未来的企业竞争，是在战略上的宏观竞争指导下的全方位竞争，因此，未来的商业世界将是“效能派”的世界，企业将更加注重现实、实际意义上的战略布局。

竞争金科玉律:天地道将法.....	(79)
市场竞争 定位第一.....	(81)
四种竞争潜能状态.....	(84)
避实就虚 稳打胜仗.....	(86)
做行家里手比做通才好.....	(89)
立足市场 称霸一方.....	(91)
英姿雄发 勇对逆境新挑战.....	(93)
新经济时代的竞争求变“通道”.....	(95)
21 世纪的竞争求生之道.....	(97)

第四章 激发“品牌”竞争动力

品牌管理将会是新千年里越来越受经理人重视的工



商管理课题,因为谁越重视顾客利益、越能对准目标顾客
价值观,谁就越有机会突围而出。

创造世界级品牌的竞争策略.....	(103)
塑造极具竞争动力的好品牌.....	(105)
麦当劳与肯德基的品牌推广策略.....	(107)
打造品牌代言人 构筑双赢局面.....	(109)
亚马逊的世界级品牌之路.....	(111)
手提电话的品牌争霸战.....	(114)
市场布阵 出奇制胜.....	(116)
“口感酥脆”还是“咬落有声”.....	(119)
标新立异 制造分别.....	(122)
“哗式广告”难随永久潮流.....	(123)
市场竞争新趋势.....	(126)

第五章 激发“创新”竞争动力

芝加哥大学工商管理系教授夏利·戴维斯说：“毫无疑问，21 世纪的企业领导人及管理方向，将由硬性讲求效率、成本和生产力，变成重视创意——寻求创新的意念和知识管理。”激发“创新”竞争力，将成为 21 世纪经理人提升竞争力的关键所在。

传统智慧：扼杀创新的“刽子手”..... (131)

脑到、心到、手到..... (133)

发掘竞争商机 创造崭新市场..... (136)

思量生活 激发创意..... (139)

不断向朋友借“脑”..... (141)



时间即创意 创意即时间.....	(144)
好奇即“竞争” 好奇即“动力”.....	(147)
以静制动 静观其变.....	(149)
观察——激发创意原动力.....	(152)
“创意”用时不恨少.....	(154)
发掘市场空间 不断创造新意.....	(157)
新经济年代的脑力补养战略.....	(159)

第六章 激发“销售服务”竞争动力

营销管理大师菲利普·科特勒说：“除了取悦顾客以外，你还必须满足他们。”在全民营销的商业竞争年代，更是如此，企业必须完全激发销售服务竞争动力，才能在新经济千年中立于不败之地。

Contents

目 录

佑士山口的“愉快微笑研究所”.....	(165)
全民皆营销.....	(167)
友“善”服务 善有善报.....	(170)
“体验销售”热正流行.....	(173)
“蛋糕”式顾客服务培训.....	(175)
提问的六大功效.....	(177)
重视前线员工 适时加强沟通.....	(179)
偷听顾客“心”.....	(182)
偷看顾客“身”.....	(184)
掌握谈判铁律 创造双赢局面.....	(187)
善待顾客投诉.....	(189)
建立投诉沟通渠道.....	(192)