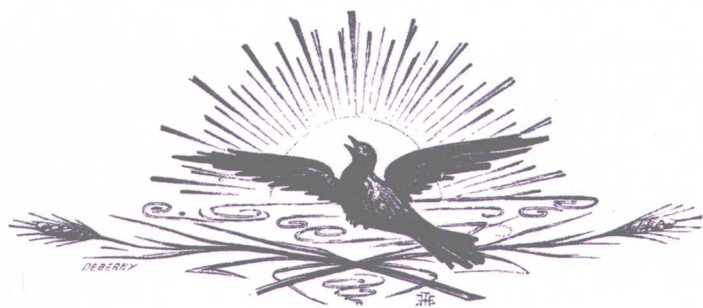




Großerfolg im Kleinbetrieb

[德] 汉斯·彼得·契默尔曼 / 著
王 荣 / 译

小企业大成功

小企业最切实际的12个经营策略

如何成功经营拥有1~40名员工的小型企

作为一名中小型企业经理，在当前经济整体衰退时期，
你的企业竞争优势是否已经不那么强势？
你对自己或企业是否还拥有足够的自信？



東 方 出 版 社



Großerfolg im Kleinbetrieb

[德] 汉斯·彼得·契默尔曼 / 著

王 荣 / 译

小企业大成功

小企业最切实际的12个经营策略

如何成功经营拥有1~40名员工的小型企

作为一名中小型企业经理，在当前经济整体衰退时期，

你的企业竞争优势是否已经不那么强势？

你对自己或企业是否还拥有足够的自信？

F276.3
QME

1~40名
员工的企业
老板之必读书籍

东 方 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

小企业 大成功——小企业最切实际的 12 个经营策略

[德] 汉斯·彼得·契默尔曼 著 王荣 译

—北京: 东方出版社, 2007.7

ISBN 978 - 7 - 5060 - 2847 - 9

I. 小… II. ①契…②王… III. 小型企业 - 企业管理 IV. F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 087168 号

First published as “Großerfolg im Kleinbetrieb” by Hans-Peter Zimmermann.

© 2003 by REDLINE WIRTSCHAFT, REDLINE GmbH, Heidelberg.

A sister company of Suddeutscher Verlag | Mediengruppe.

www.redline-wirtschaft.de and www.redline-wirtschaft.cn.

Simplified Chinese translation copyright © 2007 by Oriental Press

All rights reserved

本书版权由北京华德星际文化传媒有限公司代理
中文简体字版由 REDLINE GmbH 出版社授权出版
中文简体字版专有权属东方出版社
著作权合同登记号 图字: 01 - 2007 - 2649 号

小企业 大成功——小企业最切实际的 12 个经营策略

作 者	[德] 汉斯·彼得·契默尔曼
译 者	王 荣
责任编辑	许 可
出 版	东方出版社
发 行	东方出版社 东方音像电子出版社
地 址	北京市东城区朝阳门内大街 166 号
邮 编	100706
印 刷	北京智力达印刷有限公司
版 次	2007 年 7 月第 1 版
印 次	2007 年 7 月第 1 次印刷
开 本	710 × 1000 毫米 1/16
印 张	13.125
书 号	ISBN 978 - 7 - 5060 - 2847 - 9
定 价	28.00 元
发行电话	010 - 65257256 65230553

版权所有, 违者必究

本书观点并不代表本社立场

自序

为什么在这本书中看不到欧元的身影

这本书在经历了两次自版并销售一空后,1992年又以新面貌在 mvg 出版社露面。从那时起,它的经历便发生了令人欣喜的变化:《小企业大成功》不再仅仅是一本畅销书,而逐步成为经济文学书库中的经典之作。

在我看来,每本书都烙着它出生的那个年代的印记,是时代的见证者,因此当经济红线出版社出版最新版本时,我只是依据新颁布的正字法对文字作了相应地修改,尽量让内容保持原汁原味。当我再次读它的时候,发现很多有意思的东西,例如 1992 年我如何苦口婆心地劝说当时的企业家使用传真机和自动电话等。五年之后当网络呈现在我们面前时,我们又站在了当时那些企业家的位置上,而现在看来,网络早已融入了我们生活的方方面面。

因此,在我 2002 年撰写的补遗稿中,网络爱好者可以查找到我的网站。在那里您可以用最快捷的路径免费下载很多领域的在线图书和教程,包括小企业的通信方案、理财计划等。

在上面提到的补遗稿中,我还着重就“网络营销”和“第三个千年企业成功的三大要诀”给出了一些非常实用的建议,至于实际效果如何,我们将拭目以待。

在我的眼里,这一切都让我们生活变得充满期待、令人兴奋,您也一定会有英雄所见略同的感觉吧?

www.hpz.com

在汉斯·彼得·契默尔曼的网站上

您可以找到有关以下话题的许多非常实用的建议

- 小企业市场营销
- 成功心理学
- 催眠治疗法
- 自然疗法与药品

目 录

自 序

为什么在这本书中看不到欧元的身影 1

No.1 中型企业家们的第一个疑问

这本书真的是为我而写吗 003

No.2 中型企业家们的第一个要求

我要赚钱！以最快的速度赚最多的钱 009

讲述成功的自然法则和成功要求您必须具备的内在观念

1. 鱼子、香槟、保时捷和劳力士 009

2. 要想富有,首先要武装头脑 011

3. 尝试是无所作为的代名词 011

4. 您应该如何训练自己走上成功之路 013

5. 梦想与成功的关系 020

6. 找到振奋人心的目标 022

7. 目标就是带着最后通牒的梦想 023

8. 计划——成功路上的里程碑 025

9. 工作很辛苦却乐趣无穷 027

10. 自我奖励——心理炸弹 029

No.3 中型企业家们的第一个抱怨

这得花多少钱啊 035

讲述如何正确投资

1. 值得去做的投资	036
2. 一台计算机 = 一个秘书 + 一家印刷厂	037
3. 接线员是必须要有的	039
4. 传真机创造信任感	040
5. 车载电话会带给您什么	041
6. 簿记——一本盖了七个印章的书	042

No.4 中型企业家们的第二个抱怨

瞧这些员工	047
讲述如何招聘有才干的员工并留住他们	
1. 如何招聘有才干的员工	048
2. 如何营造舒适的工作氛围	050
3. 如何预防谣言和不满情绪的产生	052
4. 如果凡事不都自己亲自来做	054
5. 没有时间	055
6. 如果有人辞职怎么办	057
7. 解雇员工的最佳时机是什么	059

No.5 中型企业家们犯的第一个错误

广告就是昂贵而又没用的东西	065
教您自己撰写促销广告词	
1. 广告商们到底怎么了	066
2. 太难以置信了,但这却是真的! 我会撰写广告语	067
3. 广告突然变得物有所值	078
4. 救命啊! 顾客快挤破我的大门了	079

5. 正确的广告字体会为您赢得双倍的读者	081
----------------------------	-----

No.6 中型企业家们犯的第二个错误

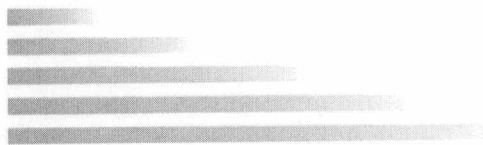
客户全是傻瓜,他们什么都看不出来	087
讲述如何让您的卖点发挥更大的作用以及其他一些有用的建议	
1. 橱窗有什么用处	087
2. 再强调一遍:梦想是关键	088
3. 借助海报促销——没有成本的广告	090
4. 正视并正面表达自己的短处	091
5. 产品故事的黄金秘密	092
6. 办公桌——揭示您不为人知的性格	094

No.7 中型企业家们犯的第三个错误

销售就是说服爱斯基摩人买台冰箱	099
教您如何用自己的语言去销售	
1. 快乐的冒险	099
2. 销售成功学的秘密公式	101
3. 销售谈话六部曲	105
4. 销售人员最大的敌人	120

No.8 中型企业家们犯的最大的错误

摩拳擦掌,幸灾乐祸地窃笑……然后走开	129
如何让您的顾客满意以及如何促进口头宣传的效果	
1. 在客户眼里您能比竞争对手带给他更多好处	129



2. 我是来送货的	130
3. 地址簿——一笔巨大的财富	132
4. 秘密武器——客户报	134
5. 不要让广告信成为喂食垃圾桶的废物	136

No.9 中型企业家们的第三个抱怨

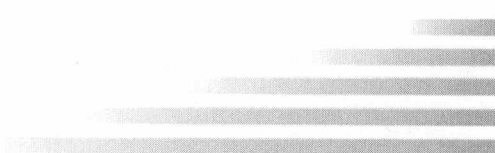
电话永远都只是捣蛋鬼	147
讲述如何让电话成为您的朋友	
1. 被电话打败的人完全是自作自受	147
2. 打电话时犯的三个错误	149

No.10 中型企业家们昙花一现的成功喜悦

但是我已经给他看过商品了呀	157
讲述如何正确处理投诉事件	
1. 如果顾客肆无忌惮	157
2. 每起投诉都是一个机会	159
3. 教您如何始终掌握要领	162
4. 不要站在雨里任凭雨淋!	163

No.11 中型企业家们的最后一个问题

我已经赚到钱了——接下来呢	169
讲述如何让自己不但成功而且幸福	



2002 年版补遗

讲述如何借助互联网赢得客户等 173

参考文献 193



中型企业家们的第一个疑问

这本书真的是为我而写吗

No.1

这本书真的是为我而写吗

亲爱的读者朋友,让我马上回答您的问题:这本书当然不可能告诉您——您什么时候会遇到不顺心的事情。但我可以告诉您的是:在这100多页中,您将看到我是如何用秘密武器帮助数以百计的小型 and 微型企业走上成功之路的。我的客户怀着感激的心情采纳了我的建议并结合实际将它们付诸实践,我将这些客户称之为实干家。

另一个客户群则完全不同,他们的大脑中充斥着他们所面临的问题和困难,当他们抱着将信将疑的态度听完我的建议后,会用两个小时的时间向我解释,为什么他们会处于这样的境况、为什么我的解决方案在他们那里行不通……最后的结果当然是无所作为、维持原状,我将这些客户称之为无为者。

还有一类客户可以称之为伪实干家,就是那些消磨时光的人。他们整天看上去忙忙碌碌,貌似实干家,而且也已经将制定市场营销策略提到了议事日程上来,万事俱备只欠东风,焦急地等待着我为他们起草一个宣传草案……但是我在忙碌了几周之后才恍然大悟,一切努力的结果都只是为尘封的抽屉再增加几页废纸而已。这个群体其实也属于无为者。然而遗憾的是在这个地球上只生存着少得可怜的实干家,而无为者却多得像天上的星星一样数都数不清。

亲爱的读者朋友们,在我的眼里您是真正的实干家。借助本书,您可以丰富自己的经营之道,从而尽早实现梦想。如果您能从现在开始将我在书中给出的建议一一付诸实践,那么微薄的投入就会换来丰厚的回报。

也许您是一位拥有1至40名员工的企业家或总经理,已带领他们在市场上摸爬滚打了数年。也许您在当初成立企业的时候曾经设想,您

会在两三年内摆脱困境,并不一定要拿到联邦总理级别的薪水,至少每年可以有三次无忧无虑的休假,可以在马略卡岛度过两周悠闲的时光,那时的您也许觉得这应该不算是一种奢望。而事实上,您却夜以继日地忙碌,工作时间越来越长,不得不雇用更多的员工,与某些大客户的合作关系越来越紧张,企业资金也总是只够还清贷款,“空闲时间”这个词也只有当您在理发店翻阅用来让客人消磨时间的画报时才能想起它的存在。

什么?您说不是这样?没有这么糟糕?很高兴听到您这么说,请允许我说下去。也许您是一位非常成功的小企业家;您的收入也已远远超过了联邦总理,您的员工收入也达到了州人均水平;人事变更也许有些频繁,但是还在可以接受的范围内;您的职员也对自己的现状比较满意;企业的订货情况也很让人欣慰或者至少与企业的生产节奏合拍。您的内心深处唯一感到不安的是,在经济整体衰退的时候这一切能否保持下去。

您是说我还没有说清楚吗?哦,我明白了,您是关心如何在企业成立的时候就让一切步入正轨。我由衷地祝贺您,因为您已经将成功的秘诀握在了手里:有了这本书,您将无需再重复别人所走的弯路。

我力求做到让这本书的语言风格尽可能通俗易懂,您还习惯吗?我想您一定在寻找一本对实际工作有帮助的书,而不是语言生涩得就像在听专家教授讲课似的专业手册,而您最终想知道的,便是如何让一个小企业盈利。

为了让您知道这个问题的答案,我倾注了所有的感情来写这本书,而这对于我意味着极大的风险:如果您真的按照我在书中建议的去做,那么很快您就不再需要我了。到了那个时候,亲爱的读者朋友,你们所有的人都将富有而幸福。

我由衷地期待那一天的到来!

快速阅读小帮手

在撰写这本书时我预想的读者群为：

1. 未接受过市场营销培训、想获得快速成功秘诀的小企业家和经理；
2. 接受过市场营销培训、却永远无法将自己的理论知识正确付诸实践的小企业家和经理；
3. 不具备高深的专业理论知识却想从公司成立伊始就让一切步入正轨的企业家；
4. 想从实践中总结经验的大中型企业家、经理以及企业顾问。

