

Think Like a Businessman

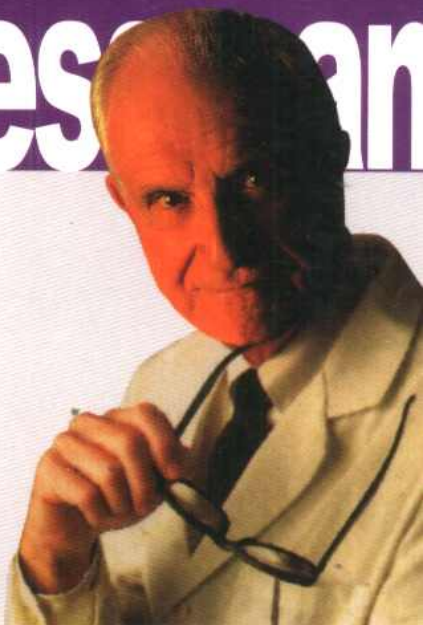
最有希望的成功者，不是那些才干出众的人，
而是那些善于利用别人的经验与知识去开拓的人。

杰克·韦尔奇

像商人

一样思考

像商人一样有效思考与解决问题



吉林人民出版社

8007 2477 F715
Y041 C496

像商人一样思考

像商人一样有效思考与解决问题

陈 阳 王 营/编著

吉林人民出版社

(吉)新登字 01 号

像商人一样思考

编 著 陈 阳 王 营

责任编辑 吴兰萍

封面设计 王晓庆

责任校对 魏丽娜

版式设计 杨利伟

出 版 者 吉林人民出版社

(长春市人民大街 124 号 邮编 130021)

发 行 者 吉林人民出版社

制 版 远流图文工作室(电话:024-22931003)

印 刷 者 丹东日报社印刷厂

开 本 850×1168 1/32

印 张 12.5

字 数 272 千字

版 次 2002 年 6 月第 1 版

印 次 2002 年 6 月第 1 次印刷

印 数 1-10,000 册

标准书号 ISBN 7-206-03967-7/B·139

定 价 21.00 元

如图书有印装质量问题,请与承印工厂联系。

破解财富的秘密

今天，所有的人都应该转换一个角度，以商人的思考模式来分析解决问题，这样你才能迅速破解财富的秘密、把握财富的运作规则，否则，在 21 世纪一切都在高速发展的今天，财富将不属于你……

房地产界最有争议的财星潘石屹曾说：“我是个商人，我所追求的个性绝不只是我个人的个性，而是用我的个性去诠释目标客户的集体个性。正像政客思考的是百姓的选票，商人思考的则必然是客户的选票——钞票。我的思考是商人的思考。也许有人会有疑问，认为一个企业的发展不可能完全依靠某个核心人物的个人判断。的确如此，但我选择的方法不是通过所谓专业化来抹杀个人的力量，而是着力增加一批对市场有敏感判断的核心人物、权威人物，这应该是领导者的主要任务。”

商人与普通人相比，他们有更多的机会跟各行各业的人打交道，接触各种各样的环境，解决各式各样的问题。商人可能是各行各业中遇到问题最多的人，越成功的商人



遇到的问题就越多，越成功的商人解决问题的能力就越强，也正因为如此，越成功的商人赚到手的钞票也就越多。

在今天，没有一个人再会鄙视金钱，正像潘石屹所说的那样，我们每个人都在思考如何使自己赚到更多的钱，然而摆在我们面前的诸多问题却让我们力不从心，因此如何解决我们面临的问题就成了一种必然。一个人解决问题的思考方式决定于他所能接触到的人或事，或是他所读过的书，所受到的教育，越是年轻的时候越是如此。从关键的人、事或书本中，学习正确有效的思考方式，是能否高效解决问题的关键。本书通过一些事例将商人解决问题的思考方式展现在你眼前，让你能够通晓商人在面对与解决问题时的思考方式，并以此作为你自己在解决一些问题时的参考。活用商人的思考方式与经验，可以省去你很多不必要的摸索环节。

通过研读商人解决问题的方法，你不难发现：解决问题的动机强弱和成效之间存在着一种微妙的关系。著名心理学家勃尔奇曾经做过这样一个实验：高处放着香蕉，猩猩身旁有一根竹竿，只有利用竹竿才可取到香蕉。实验的结果表明：在猩猩受饿不到6小时的时候，由于取食的驱动力（即动机）太弱，它的注意力很容易被各种不相干的因素分散；可是，当它受饿超过24小时后，又由于取食的驱动力过强，而把注意力过分紧张地集中于食物这个目标，因而忽视了解决问题的各种必要条件，同样取不到食；只有在受饿6~24小时之间时，由于驱动力强度适中，它的行为才是灵活的，注意力也不会被分散，会很快取到食物。同理，对于生活在新世纪的现代人来说，解决自己的经济问题已极为迫切，但千万不要等到饥不可耐时才去面对它。

随着时代的发展，人们赚钱的大背景在不停地改变，囿于传统的经商模式已经无法适应现代经济发展的社会了，而作为新时代商人的投资，却总是颇具战略眼光。同是一笔钱，可以投到房地产、汽车等第二次浪潮产业上，短期取得立竿见影的效果；也可以投到计算机和网络建设等第三次浪潮产业上，以期待长期获利。往往一念之差的决策，会带来日后天差地别的结果。沙特王子 Alwaleed 是一位具有现代意识的人，他的现代意识表现在风险投资上。风险投资的实质是用信息引导资金，支配资金，而不是反过来，用资金来支配决策。风险投资一方面是在对现实中的市场进行“信任投票”，另一方面是对未来的洞察。Alwaleed 一上来就搞高起点的卫星通信和网络电视，显示了不同凡响的雄才大略。难能可贵的是，他与同样具有现代意识的比尔·盖茨一拍即合。当然我们并非沙特王子 Alwaleed，也不是比尔·盖茨，但他们的思考模式却是最值得我们学习借鉴的。

另外还有一点是值得读者注意的，就是你要了解你对这本书的重视程度会给你带来的不同影响。如果你现在没有遇到什么大的问题，你可能只把他们当成一个个故事来看；如果此时你正处于深陷难题的泥潭中，你却有可能不假思索地用别人的模式照搬照用。但是以上两种方法都是不可取的。要知道，能够通晓未雨绸缪、融会贯通的道理才是读懂本书的最佳境界，也是解决问题的最高境界，这恰恰也正是商人思考方式的两大要点。

记住：思考于行动之前，可以让你把握全局，运筹帷幄；思考于行动之中，可以让你控制方向，随机应变；思考于行动之后，可以让你汲取经验，再创未来！



像商人一样思考，就是让你思考在商人的行动之后，汲取他们思考与行动的经验，作为前车之鉴，正所谓“前事不忘，后事之师”；就是让你思考在自己的行动之前，了解自己，有的放矢；就是让你思考在自己的行动之中，根据事物不同的变数采取相应的对策，把握全局！

目 录

丹尼尔：用别人的钱赚钱……001

巧妙利用他人创造的良好局面，布成有利于自己的形势，运用别人的条件赚钱。

阿奈特：微笑背后所隐藏的……007

微笑面对你的对手，隐藏你的企图，记住拿破仑的话：“把你的铁手装在天鹅绒的套子里。”

杰德勒：适可而止……013

双赢是做任何事的最佳局面，记住要适可而止，顶峰再多一步就是悬崖。

贾尼尼：以公众的名义……018

得到民心的人就算不能得到天下，但想要富有则容易得多了。

哈默：看到需求背后的需求……025

看到需求的人十之一二，看到需求背后需求的人，百里挑一。要培养这种眼光，记住，需求就代表着市场。

费列克：兵不厌诈……035

要人相信可能需要 100 个理由，而怀疑只要一个理由就够了，真假虚实运用得当会让你无往不利。

保罗·盖蒂：分羹给你的伙计……041

切身利益是驱动人行动最有效的方法之一。诉诸对方的利益，是与人合作的成功保证。



波尔·吉尼：利用情报，攻心为上……046

信息就是金钱，但在信息被一个以上的人所知道的情况下，能否取得胜利就在于能否对你的客户成功地实施攻心战术。

弗雷德：如何趁火打劫……053

在商业活动中，发现和利用对手的当务之急，就是利用对方的弱点，趁势进攻，往往会带来意想不到的结果。

霍金士：机会来自于责任……059

责任心会给你带来成功的机会。没有责任心，对任何事都漠不关心，是不会有机会与成功光顾你的。

摩根：胆识致胜……064

敢于冒险是白手起家者成功的原因之一，没有风险就等于没有利润。要知道，想通过逃避风险而获得成功，才是最大的冒险。

堤义明：活用儒家智慧……070

古人的智慧不是用来装点门面或宣讲的，要活用其中的精华，找到对你有用的东西。

孙正义：择业的智慧……078

你一生的大部分精力可能都会投资在一个行业之中，难道这不值得你多用时间与精力去选择吗？

比尔·盖茨：毕加索原则……083

不要凭借一件事表面的付出来判断它的价值，它背后所隐藏的付出以及它可能带来的价值，才是它的真实价值。

伍德鲁夫：跨上形势之马……088

骑在马背上奔跑，远远快于你走路的速度，懂得利用形势，就如同跨上了一匹骏马。

玛丽·凯：成功来自使别人满意……095

每个人都觉得自己很特别，而你要做的就是让他相信这一点。

乔治·伊士曼：不断改进自己才能领先……102

最保险的盈利保证，就做最棒的，这是一种持续不断的运动。

特朗普：相信自己，也取信于别人……107

相信自己，才能让别人相信你，利用你可以用到的工具加强你的影响力。

保罗·道密尔：别忘记脚踏实地……113

不要因为思考而忘记了脚踏实地，这是你应最先思考的。

杰德勒：暗渡陈仓……117

在你竞争对手的思维方式、心理定势上寻找突破口和延伸点，从而让对方依他自己的思维达到你的目的。

马克·麦克：欲擒故纵……125

在难以被接受时，以低姿态进入你的目标领域，从内部打开缺口。

保罗·盖蒂：教你做老板……131

天赋才能是做老板成功的一面，技巧是另一面。



吉田忠雄：善的循环……140

成功是一种善的循环，没有付出的人，绝不会有好的回报。好的出发点，可以带来好的结局。

安德森：成功 = 预见 + 果断行动……148

发现未必是伟大的成果，能够有力地利用发现才是重要的，尤其在当你和其他人一起发现什么的时候，更是如此。

曾宪梓：利用心理……155

一件东西的价值是因人因地而异的，个人的判断标准要受到大众心理的影响。所以，要利用大众的心理来影响个人。

佩雷尔曼：让钱赚钱……164

如果你不把所有的鸡蛋装在一个篮子里，你每个篮子里的鸡蛋都不会太多，而你分心照顾各个篮子的注意力，将更容易让你跌倒。

尤伯罗斯：突破传统……169

没人做过的事情，并不意味着是坏事，以前不可能的事情，随着时间的推移，到今天可能就会变成可能。

洛克菲勒：打先锋赚不到钱……175

开路的人，总是面对首当其冲的危险，在你的翅膀还没有硬起来的时候，要学会巧妙地跟在别人的后面，根据情况决定何时闪身躲避或脱颖而出。

希尔顿：梦想是成功的开端……182

梦想是一切成功的开端，但要注意它不等于幻想，梦想越大越容易推动你前进，而幻想越大则结果可能适得其反。

松下幸之助：信仰与经营……191

有信仰的人大多比没有信仰的人意志坚定，更具有人格魅力，而人格魅力会给你带来人气，让你获得成功。

井植薰：造就自己……205

一家成功的企业，必须注重人才的培养，“造人”是比造产品更重要的事。只有“制造”出优秀的企业人才，才能凭借这批优秀人才去开发、制造、推销优质的产品，而造人应从自己开始。

希尔顿：用人之道……213

在企业的经营管理中，“人”是一个非常重要的因素，而善于选人用人，则是一个优秀的企业领导人的必备条件。事必躬亲、鞠躬尽瘁的人肯定是一个好人，但不一定是一个优秀的领导者。

杰克·韦尔奇：第一 CEO 的经验……218

让每一位员工全身心投入到工作中来，这是 CEO 最重要的工作。把每个人最好的想法拿出来，与其他人交流，这就是秘诀。

斯通：PMA 法则……224

面对一个艰难的挑战，如果你接受了，你可能会有收获；如果你避开，则肯定什么结果也没有。

盛田昭夫：需要产生价值……232

向懂得产品价值的人来推销，产品才会畅销。记住，牛是不会懂得琴的韵律的。



坎普拉德：“自己动手”……236

营销要注重消费对象的需求变化。新型的消费者不单是购买他们所需要或所需要的东西，而且还希望通过购买行为找到满足或欢乐。

斯图尔特：成本优势……240

这是千古秘诀：采取“薄利多销”的策略，减轻顾客的承受力，虽然单看每笔买卖获利甚微，但总体上却贏取了巨大利润。

亚默尔：变机会为财富……244

善于寻找和创造机会，并在机会来临之时牢牢把握，是事业获得巨大成功的奥秘。

佩利：以人为本……250

任何企业间的竞争归根到底是人才的竞争，谁拥有了最广泛最精明的人才，谁就会在竞争中立于不败之地。

霍希哈：谨慎与冒险同等重要……257

冒险对于保护财富是危险的，但对于扩大财富却是必需的。这同样是一条真理，关键在于冒险的时间、方式和地点。

克拉克：猩猩哲学……261

要对你的工作感兴趣，证明自己的实力，努力去把握、去做，像猩猩攀爬一样。

哈耶克：金字塔模型……267

这是一个金字塔形的社会，对应着金字塔形的商品以及服务，根据你的条件确定你服务的等级，才有可能成功。

进藤贞和：成功经验……274

高度的有效的工作效率从来都是在一种积极愉快的心情下达到的，企业即人，只有人人积极，企业才能发展。

斯腾伯格：销售在商品之外……278

如果你在销售商品的同时，为顾客考虑的无微不至，不仅销售商品，还带给客户一份浓浓的情谊的话，你能不成功吗？

阿尔弗雷德：顾客不可欺……282

永远将顾客放在重要位置，让顾客带来顾客，而不是让顾客带走顾客。

普罗克特：营销致胜……287

产品的畅销依赖于成功的营销工作。对于技术性并非太强的产品而言，营销工作就显得更加重要。

罗伯特：反败为胜……293

面对逆境时，如果能做到触变不惊，临危不乱，冷静地从把握各方面矛盾入手，就会让你有反败为胜的机会。

萨罗塔基斯：点石成金三部曲……299

普通的行业未必没有机会，在经营高手的手中，一块顽石也有可能被化做一块金子来运用，行业本身不是决定成败的主要原因，经营才是关键。

林思齐：借合资人的钱合资……303

创业之初你可能苦于空有想法而没有资金，找人投资又怕丧失自己的主动权，独资的话自己实力又不够，那么借合资人的钱合资呢？



萨尔诺：发财机会来自问题……308

在日常生活里，有时在普普通通的事件中包含着不少成功的契机。只要细心观察，善于抓住机会，成功并不遥远。

哥洛夫：外脑制胜……313

旁观者清，当你在竞争中处于不利地位时，可能由于关系着切身利益而无法做出正确而有效的决定，这时候求助于外部有经验而又冷静的旁观者，不失为使自己在竞争中获胜的良策。

佛斯纳：发掘需求……317

需要产生需求，需求导致商品社会的存在，如果没有需求存在，再好的东西也是废品。反过来，只要你的产品能引起众多的需求，就会有你的一方市场。

雷·克洛克：小商品也可干大事业……322

只要心中有想做成大生意的理念，那么即使是一个微小的机会也可能会给你带来大的转机。一件不起眼的商品，一样能让你成就大业。

保罗：从顾客的利益着手……329

当你真心实意地以解决顾客问题为出发点，与顾客进行交流的时候，即是证明你正在走向销售巅峰的途中。

加尔文：形象是制胜手段……335

良好的销售离不开良好的形象。形象是多方面的，自己的形象、公司的形象、公众宣传的形象……这些都是保证你在销售循环中顺利获利的良好手段。

麦肯尼尔：访问推销法……339

访问推销法不是万能推销法，但却曾经是一种全新的、有效的方法。能够找到并运用适合自己的推销方法才是关键。

福特：黄金原则……343

伟大的成功的背后往往有伟大而又平凡的原则，说它伟大是因为它是成功的保证，说它平凡是因为它们都是浅显易懂的道理，但别忘了。黄金藏于沙中。

杰碧丽：由底层干起……347

一夕致富一夜成功只能出现在电影和梦中，从基础做起，从第一手材料抓起才是成功最可靠的保证。

莫迪马：抓住你的金蛋……352

你可能有许多产品，你可能有许多特长，但你没有足够的精力，把你大部分的精力用在能带给你丰厚利益的事情上，这是经商成功的不二法门。

罗斯顿：先让顾客满足……356

在商业行为中，大多数情况下，你的收入总是在顾客满足之后，换句话说，你能让顾客越早地感到满足，你就能越早达到成交的目的。

特林：慎防体制之病……362

体制是交通工具，领导者是驾驶者，马车的速度不及火车，火车司机被用来赶马车亦是大材小用，选好体制就等于选好了企业的前进工具。



琼斯：天才等于观察加劳动……366

在成功者中绝顶聪明的人，远比智力平平者少，而即便是这些绝顶聪明的人，他们的成功同样与其他人一样：通过细心的观察和努力的劳动。

安藤百福：潜力定乾坤……371

潜力如同在冰山一角下的那部分，当你看到小冰山的时候，别忘了，它下面可能有 10 倍于上面部分的庞大体积。

柏特利：特色取胜……375

只有特色才能生存，混于众人的产品与服务只能把你淹没在普通的行列中，保证一种与众不同的特色，别忘了这是一个个性时代。

尼克·斯蒂文：乘虚而入……380

尽管现在的市场空白点越来越少，但它总是存在的。如果幸运地，你发现了适合你的空白，别犹豫，它就是你的。