

科文西方工商管理经典文库·营销系列



科文图书

商机稍纵即逝, 如何争取把握?

方法简明实用, 助你越做越大!

# 把握商机

101 Ways to Get  
More Business



[英]蒂莫西·RV·福斯特 著  
(Timothy RV Foster)

宇航出版社

科文(香港)出版有限公司  
Astronautic publishing House  
Science & Culture Publishing House LTD.(H.K.)

科文西方工商管理经典文库·营销系列

# 把握商机

101 Ways to Get More Business

(原名: 获得更多商机 101 法)

[英] 蒂莫西·RV·福斯特 著  
(Timothy Rv Foster)  
徐 玮 译

宇 航 出 版 社  
科文(香港)出版有限公司

著作权合同登记图字：01-98-2011 号

图书在版编目 (CIP) 数据

获得更多商机 101 法 / (英) 福斯特 (Foster) 著; 徐玮译 .  
- 北京: 宇航出版社, 1998.10

ISBN 7-80144-187-7

I. 获… II. ①福… ②徐… III. 企业管理-西方国家  
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 26996 号

101 Ways to Get More Business

Copyright© 1998 by Timothy RV Foster

Publishing by arrangement with Kogan Page Limited

中文简体字版版权© 科文 (香港) 出版有限公司

宇航出版社出版

宇 航 出 版 社 出 版  
科文 (香港) 出版有限公司

宇航出版社 (010) 68371105 68371057

(北京市和平里滨河路 1 号 邮编 100013)

北京科文剑桥图书有限公司 (010) 64203023

(北京安定门外大街 208 号三利大厦四层 邮编 100011)

北京市京东印刷厂印刷

各地新华书店经销

版权专有 不得翻印

2001 年 9 月第 2 次印刷

开本: 850×1168 1/32 印张: 10.5 字数: 170 千字

ISBN 7-80144-187-7 定价: 15.00 元

# 北京科文剑桥图书有限公司

## 为你特别提供邮购服务

- 1. 邮费** 单次邮购金额低于人民币 30.00 元者恕不接受, 单次邮购金额低于人民币 60.00 元, 请附加相当于书款 15% 的邮费, 单次邮购金额超过 60.00 元 (含 60 元), 免收邮费。
- 2. 缺货** 在收到你寄出订单后的三个星期左右, 你就能收到你想要的书, 如果你所订的书籍暂时缺货, 我们会马上通知你这一消息, 并尽快争取把书发送给你。
- 3. 退书** 如果你发现收到的图书有质量问题, 我们将免费为你退换。请在十天之内, 将图书和发票一起寄回本公司读者服务部。我们一旦收到你的退书, 将马上为你退换。
- 4. 邮购地址** 北京市海淀区白石桥路 39 号北京图书馆 K 栋一层(100081)  
北京科文剑桥图书有限公司读者服务部
- 5. 服务热线** 010-68415566 转 5504/5505/5509/5511

| 书 名                               | 原 作 者        | 定 价   | 备 注 |
|-----------------------------------|--------------|-------|-----|
| 科文西方工商管理(MBA)经典文库(实战名著系列)(共 19 册) |              |       |     |
| 塑造企业形象 101 法                      | (英)福斯特       | 15.00 |     |
| 口碑营销妙用 101 法                      | (美)古德弗瑞·哈瑞斯  | 15.00 |     |
| 树立干练的专业形象 101 法                   | (英)埃勒瑞·萨迪森   | 15.00 |     |
| 获得更好商机 101 法                      | 泰姆茨·R·V·福斯特  | 15.00 |     |
| 增加顾客满意度 101 法                     | 泰姆茨·R·V·福斯特  | 15.00 |     |
| 秘书如何与老板共事                         | 伊丽莎白·克罗克     | 15.00 |     |
| 老板如何与秘书共事                         | 德贝拉·阿洛克      | 15.00 |     |
| 成功的职业经理手册                         | 奈杰尔·李纳克尔     | 19.00 |     |
| 24 小时经营计划                         | 罗恩·约翰逊       | 26.00 |     |
| 谈判要点                              | (英)董温·肯尼迪    | 29.00 |     |
| 企业管理表格手册                          | (美)艾恩·迈特兰特   | 90.00 |     |
| 低费用的市场营销                          | (美)罗斯·杰伊     | 26.00 |     |
| 产品经理手册                            | 林达·葛彻尔       | 45.00 |     |
| 成为更出色的经理                          | 麦克·阿姆斯约      | 29.00 |     |
| 服务业国际标准手册                         | 美国 Cowi 公司提供 | 45.00 |     |
| 优异顾客服务技巧                          | (英)伊安·林顿     | 26.00 |     |
| 赊销管理手册                            | 巴特·爱德华       | 45.00 |     |

| 书 名                        | 原 作 者      | 定 价       | 备 注 |
|----------------------------|------------|-----------|-----|
| 作出高影响力的商业报告                | 弗吉尼亚·约翰逊   | 26.00     |     |
| 美国市场协会顾客满意手册               | 美国市场协会     | 45.00     |     |
| 科文西方工商管理(MBA)经典文库(创新企业家系列) |            |           |     |
| 世界最大房地产商的兴衰——不倒神话的破灭       | 沃德·斯蒂旺德    | 20.00     |     |
| 体育产业的霸王——耐克的广告营销           | 唐纳尔·卡茨     | 24.00     |     |
| 我愿全世界都买可口可乐                | 戴维·格雷辛     | 36.00     |     |
| 整合未来                       | 艾尔·努哈斯     | 26.00     |     |
| 重组与利润                      | 艾伦·沃德      | 26.00     |     |
| 收购与接管                      | 萨姆·沃拉德     | 36.00     |     |
| 汉堡王——缔造速食王国                | 吉姆·麦克拉摩    | 26.00     |     |
| 克里斯汀·迪奥——让世界焕然一新的人         | 马里·弗南斯·波茨纳 | 19.00     |     |
| 圣罗兰传                       | 爱丽丝·罗斯索恩   | 24.00     |     |
| 我就是好莱坞——影视巨子巴里迪勒的娱乐产业概念    | 乔治·梅尔      | 19.80     |     |
| 信息就是信息——布隆博格自述             | 马修·温克勒     | 15.00     |     |
| 兼并经典——震惊华尔街的投资策略           | 盖尔·迪乔治     | 36.00     |     |
| 笑傲股市                       | 威廉·J·奥尼尔   | 19.00     |     |
| 3000 等于 1——“诺氏”连锁销售经典      | 罗伯特·斯佩克特   | 15.00     |     |
| 科文西方工商管理(MBA)经典文库(权威教材系列)  |            |           |     |
| 财务管理分析                     | 罗伯特·希金斯    | 38.00(平)  |     |
|                            |            | 58.00(精)  |     |
| 投资学(上、下)                   | 汉姆·列维      | 98.00(平)  |     |
|                            |            | 118.00(精) |     |
| 金融案例(上、下)                  | (美)卡斯特     | 98.00(平)  |     |
|                            |            | 118.00(精) |     |
| 管理会计学(上、下)                 | 冬·R·汉森、马亚尼 | 128.00(平) |     |
|                            |            | 148.00(精) |     |
| 市场营销管理——课文和案例(上、下)         | 库茨、杜兰      | 98.00(平)  |     |
|                            |            | 128.00(精) |     |
| 产品管理                       | 唐纳德·R·列曼   | 58.00(平)  |     |
|                            |            | 78.00(精)  |     |
| 科文全国经销——台湾康诚之神丛书(大陆首版)     |            |           |     |
| 邱永汉——理财秘诀                  | 邱永汉        | 10.80     |     |
| 邱永汉——赚钱自传                  | 邱永汉        | 12.80     |     |
| 邱永汉——谈创业之道                 | 邱永汉        | 14.80     |     |
| 邱永汉——谈赚钱秘诀                 | 邱永汉        | 12.80     |     |
| 邱永汉——股票入门                  | 邱永汉        | 12.80     |     |
| 科文健康文库(癌知识系列)              |            |           |     |
| 最新治癌全书——癌的早期发现与治疗          | 小川一诚等      | 38.00     |     |
| 征服癌基因——人类与癌的最后一战           | 黑木登志夫      | 9.00      |     |
| 人为什么得癌——远离癌症的忠告            | 黑木登志夫      | 15.50     |     |
| 得了癌怎么办——患者及家属必读            | 陈欣、周正      | 9.00      |     |
| 科文医学文库(医学专业手册)             |            |           |     |
| 血液学手册                      | 威廉·威廉姆斯    | 45.00     |     |
| 哈里特兰儿科学手册                  | 麦克·A·勃伦    | 45.00     |     |
| 心脏外科手册                     | 威廉·A·勃姆格特纳 | 45.00     |     |

# 目 录

|          |       |
|----------|-------|
| 介绍 ..... | ( 1 ) |
|----------|-------|

|                  |       |
|------------------|-------|
| 如何最充分地利用本书 ..... | ( 3 ) |
|------------------|-------|

|                |       |
|----------------|-------|
| 建立你自身的定位 ..... | ( 5 ) |
|----------------|-------|

|                 |       |
|-----------------|-------|
| 1. 描述你的业务 ..... | ( 7 ) |
|-----------------|-------|

|                        |        |
|------------------------|--------|
| 2. 对自己进行 SWOT 分析 ..... | ( 10 ) |
|------------------------|--------|

|                   |        |
|-------------------|--------|
| 3. 识别你的竞争优势 ..... | ( 13 ) |
|-------------------|--------|

|                    |        |
|--------------------|--------|
| 4. 透析品牌成功的原因 ..... | ( 15 ) |
|--------------------|--------|

|                    |        |
|--------------------|--------|
| 5. 透析品牌失败的原因 ..... | ( 17 ) |
|--------------------|--------|

|                         |        |
|-------------------------|--------|
| 6. 是什么使你的竞争者脱颖而出? ..... | ( 19 ) |
|-------------------------|--------|

|                     |        |
|---------------------|--------|
| 7. 是什么使你脱颖而出? ..... | ( 20 ) |
|---------------------|--------|

|                                |        |
|--------------------------------|--------|
| 8. 你从事什么业务? 重新定义自己的业务<br>..... | ( 22 ) |
|--------------------------------|--------|

|                        |        |
|------------------------|--------|
| 9. 你应当选择什么样的广告语? ..... | ( 24 ) |
|------------------------|--------|

|                |        |
|----------------|--------|
| 10. 成为专家 ..... | ( 26 ) |
|----------------|--------|

**认识现实和潜在的顾客 ..... ( 29 )**

- 11. 确认谁需要你：研究市场 ..... ( 32 )
- 12. 对需要你的人排序，看看他们的重要性  
..... ( 36 )
- 13. 你希望你的顾客是谁？ ..... ( 37 )
- 14. 你不希望谁是你的顾客？ ..... ( 39 )
- 15. 顾客在哪里？ ..... ( 40 )
- 16. 顾客正在想什么？ ..... ( 42 )
- 17. 你希望你的顾客想什么？ ..... ( 43 )
- 18. 你需要做什么才能使顾客有你所希望的想法？ ..... ( 44 )
- 19. 是什么吸引了你的顾客？ ..... ( 45 )
- 20. 是什么赶走了你的顾客？ ..... ( 48 )
- 21. 你怎样接触到顾客？ ..... ( 51 )
- 22. 接触顾客的最佳时机是什么？ ..... ( 52 )

**攀登信誉阶梯 ..... ( 55 )**

- 23. 梯阶 1—出发点：默默无闻 ..... ( 58 )
- 24. 梯阶 2—正在途中：建立知名度 ..... ( 60 )
- 25. 梯阶 3—考查阶段 ..... ( 62 )

|                                  |               |
|----------------------------------|---------------|
| 26. 梯阶 4—至关重要的初次使用 .....         | ( 64 )        |
| 27. 梯阶 5—反馈信息：正面的还是负面的？<br>..... | ( 66 )        |
| 28. 梯阶 6—建立初始形象 .....            | ( 68 )        |
| 29. 梯阶 7—交流经验 .....              | ( 70 )        |
| 30. 梯阶 8—巩固 .....                | ( 72 )        |
| 31. 梯阶 9—绝对信任，完美无缺 .....         | ( 74 )        |
| 32. 梯阶 10—居于世界之巅 .....           | ( 76 )        |
| 33. 信誉阶梯工作参照表.....               | ( 78 )        |
| 34. 顾客关系工作表.....                 | ( 79 )        |
| 35. 顾客关系工作记录.....                | ( 81 )        |
| <b>寻找商业机会 .....</b>              | <b>( 83 )</b> |
| 36. 法则 1—为了生存，你必须寻找商机 .....      | ( 85 )        |
| 37. 法则 2—接触潜在顾客 .....            | ( 87 )        |
| 38. 法则 3—让你的“声音”高过“噪音”<br>.....  | ( 89 )        |
| 39. 法则 4—拜访潜在顾客 .....            | ( 90 )        |
| 40. 法则 5—展示你的产品 .....            | ( 92 )        |
| 41. 法则 6—表现出你是一个优秀的合作伙伴          |               |



## 获得更好商机 101 法

- ..... ( 93 )
- 42. 法则 7—采取后续行动 ..... ( 95 )
- 43. 法则 8—保持联系 ..... ( 96 )
- 44. 法则 9—保持在潜在顾客心目中的优先  
地位..... ( 97 )
- 45. 法则 10—不要停止寻找商机的活动目标  
..... ( 99 )
- 46. 划分潜在顾客的先后顺序..... (100)
- 47. 了解你的潜在顾客..... (102)
- 48. 梦想中的潜在顾客..... (103)
- 49. 查看你的商业名片册..... (105)
- 50. 每天多接触一位潜在顾客..... (106)
- 51. 切题的直邮广告会令人难以忘怀..... (107)
- 52. 阅读行业杂志, 收集有用信息..... (109)
- 53. 向专业报刊投稿..... (110)
- 54. 寻找商机工作表..... (111)

## **分析你的业务** ..... (113)

- 55. 理解“二八定律” ..... (114)
- 56. 依据销售量给顾客排序..... (116)

|                                 |              |
|---------------------------------|--------------|
| 57. 观察发展趋势.....                 | (119)        |
| 58. 审查你的销售时间与收入比.....           | (122)        |
| 59. 你经营的业务处于什么状态? .....         | (124)        |
| 60. 明确你的经营周期.....               | (126)        |
| 61. 你经营的可能是财产租赁业务而自己却没有意识到..... | (133)        |
| <b>抓住契机，主动出击 .....</b>          | <b>(135)</b> |
| 62. 契机—顾客的经营状况：成果与结构.....       | (137)        |
| 63. 契机—顾客的经营状况：管理.....          | (139)        |
| 64. 契机—顾客的经营状况：雇佣关系.....        | (141)        |
| 65. 契机—顾客的经营状况：产品与服务.....       | (143)        |
| 66. 契机—宏观经济形势.....              | (145)        |
| 67. 契机—政治.....                  | (147)        |
| 68. 契机—一个人/家庭 .....             | (148)        |
| 69. 契机—生活方式.....                | (150)        |
| 70. 契机—娱乐/交流 .....              | (152)        |
| 71. 契机—季节/节日 .....              | (154)        |
| 72. 契机—气候.....                  | (156)        |
| 73. 契机—自我情况.....                | (157)        |

**如何同顾客交往 ..... (159)**

- 74. 外表与角色相符 ..... (160)
- 75. 言谈与角色相符 ..... (161)
- 76. 举止符合角色 ..... (163)
- 77. 热情待客 ..... (165)
- 78. 保持乐观 ..... (167)
- 79. 使用肯定性的语言 ..... (169)
- 80. 你的行为是帮助还是阻碍你的成功? ..... (171)
- 81. 提高打电话的技巧 ..... (174)
- 82. 认识学习的重要性 ..... (176)

**从顾客身上开发出更大的销售量 ..... (177)**

- 83. 在麦乳饮料中加鸡蛋的老技巧 ..... (178)
- 84. 为顾客购买提供建议的销售人员 ..... (180)
- 85. 纽约熟食店里的询问技巧 ..... (182)
- 86. 主动多提供一些 ..... (184)
- 87. 卖优不卖劣 ..... (186)
- 88. 设法把你的好东西都摆出来 ..... (188)
- 89. 提供维系顾客的赠品 ..... (191)
- 90. 接受顾客的信用卡 ..... (193)

## 目 录

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 91. 给顾客一些奖励.....        | (195) |
| 92. 延长开业时间.....         | (197) |
| 93. 布置“诱饵” .....        | (198) |
| 94. 提供相关产品.....         | (199) |
| 95. 提供电话订货服务并及时反应.....  | (200) |
| 96. 在顾客制定预算前行动.....     | (203) |
| 97. 给出购买截止时限.....       | (204) |
| 98. 努力去追求.....          | (205) |
| 99. 奖励为你带来生意的功臣.....    | (207) |
| 100. 求教他人如何赢得更多生意 ..... | (208) |
| 101. 及时兑现 .....         | (209) |

# 介 绍

下个世纪来临之前的这段时间对于企业家而言将比以往更具有挑战性。我们发现，我们正在以闪电般的速度奔向那未知的领域。各种新型关系和国际政治经济格局以我们陌生的方式影响着我们的行为。

做生意的新方法每天都在出现：审视和选择商品的新方法、订货的新方法，付款的新方法，新的责任和义务落在了产品和服务的销售商身上。现在做生意要比过去更加难以预测。

只有一件事情可以肯定——为了生存，我们必须勇于面对变化。重新定义是这个时代的时尚，灵活变通至为关键，我们必须去预料不断变化的事件的后果。

本书是供那些想赢得更多生意的人阅读的，它帮助你快速了解如今做生意应当采用的方法，启发你开拓新的经营方向，是一本交互式的操作方法手册，为确定和实施有效的经营战略和技巧提供便利。其中包括：

- 建立定位的 10 种方法。

## 获得更好商机 101 法

- 充分了解顾客的 12 种方法。
- 攀登信誉阶梯的 13 种方法。
- 更好地寻找商机的 19 种方法。
- 分析现有业务的 7 种方法。
- 认清销售契机的 12 种方法。
- 同顾客打交道的 9 种方法。
- 从现有顾客中发掘更大销售量的 19 种方法。

## 如何最充分地利用本书

本书提纲挈领介绍的 101 种方法都是从实践经验中总结出来的，所有的轶闻趣事也是真实的。书中没有夸夸其谈，文字短小精练，使你能迅速地解决问题。

本书阐述的机理并非僵死的教条。其作用在于激发灵感。非常鼓励你自己根据情况需要，变通地运用它们。

只需要花一小时，就可通读本书。手执一支铅笔或记号笔，当碰到一种你认为有用的方法时，在上面划个圈，然后把那一页折个角，再回头重新看一遍，看看你是否能够变通这些方法，使它们适应你做生意的方式。你应当把这些方法作为出发点。你也许很熟悉其中的某些方法，这很好。它们之所以出现，是为了保证内容完整，这样你就不会错过任何东西。我可以保证，书中有些方法是你从未见过的，我希望你会发现它们有助于你获得渴望已久的成功。





# 建立你自身的定位

你为什么需要定位?因为只有这样顾客才会选择你,顾客才会对你的产品或服务产生需求。但是:

- 你周围有众多噪音干扰——每天有 600 条信息!
- 这是个竞争非常激烈的世界。
- 你周围有许多嗷嗷待哺的竞争者。
- 竞争的形式多样:
  - 价格;
  - 服务;
  - 质量;
  - 送货速度;
  - 独特性;
  - 经验;
  - 知识;
  - 与顾客的交往;
  - 资源;
  - 品牌资产;