



办公室商人成功学丛书

BANGONGSHISHANGRENCHENGONGXUECONGSHU

◎ 刘德胜 / 编著

办公室

经理

BANGONGSHI
JINGLI
CHENGONGXUE

成功学

老板秘典



象棋有棋盘

地图以北为指定方向

老板要有自己的秘典

本书的秘典

可供你参阅

陕西旅游出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

办公室经理成功学: 老板秘典 / 刘德胜主编. —西安:
陕西旅游出版社, 2001.3

(办公室商人成功学丛书)

ISBN 7-5418-1748-1

I. 办... II. 刘... III. 企业领导学
IV. F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 09333 号

责任编辑: 李 斌

版式设计: 晓 晓

责任监制: 刘青海

责任校对: 谭 青

办公室商人成功学丛书

办公室经理成功学——老板秘典

刘德胜 编著

陕西旅游出版社出版发行

(西安市长安北路 32 号 邮政编码: 710061)

新华书店经销 西安新华印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开本 12 印张 200 千字

2001 年 4 月第 1 版 2001 年 4 月第 1 次印刷

印数: 1—10000 册

ISBN 7-5418-1748-1/G·439

(全套五册) 总定价: 99.00 元

序 言

新时期以来，随着改革开放的进程日益推进，经理这个特殊的群体已受到了越来越多的关注。特别是近几年，经理作为时代的宠儿，头上已被罩上了炫目的光环，成了普通百姓羡慕的对象。其实，经理何尝又不是普通百姓中的一员呢？他们只不过是那批最早吃螃蟹的，赶上了改革开放的好时候，不仅没有被螃蟹咬住，反而尝到了蟹肉鲜美的人。

这本《办公室经理成功学》，便是献给那些正在品尝或即将去品尝鲜美蟹肉的人，愿大家在分享蟹肉之际，别忘了我们的职责应该是带领更多的人，一同来分享这份时代所赐予我们的美味佳肴，走共同富裕的道路。

《办公室经理成功学》，由“营销”、“管理”、“商务”、“统帅”等数十个条目组成。如《服务社会：经营的终极目标》、《形象营销带来的五大收获》、《为顾客提供优质服务的七个秘诀》、《怎样让你的公司永远处于最佳人才状态》、《创新长期目标的制定》、《个人事业发展的四个阶段》等等。这是一部令人耳目一新充满哲理性的书，实为近年来不可多得的一部经理超级实用性手册。

编 者



目 录

第一部 营销篇

第一章 经营 18 招

老板的经营战略	(3)
老板的市场观	(4)
制定经营战略的四个秘诀	(6)
经营中多元化的准备	(7)
联合竞争经营战略的两个秘诀	(8)
协调行动经营战略的三个秘方	(9)
如何检测已安排的各项工作	(10)
塞翁得马，焉知祸福	(11)
“能量不灭”，兴旺不止	(12)
改善经营环境的三个秘诀	(13)
抢先一步，先入为主	(14)
小钱是大钱的祖宗	(15)
松下幸之助的经营策略	(16)
哈佛商学院新富翁的启示	(17)
海外经商应注意的三个问题	(18)
避免连锁经营走入误区的三个秘诀	(19)
形象营销带来的五大收获	(21)
经营的终极目标	(22)



第二章 销售 21 秘诀

分销的三个秘诀	(23)
批发的六个秘诀	(24)
促销秘诀五则	(25)
推销秘诀六则	(27)
赢得代理商的秘诀	(28)
选择产品销售渠道的秘诀	(29)
支配销售渠道开支的秘诀	(30)
影响销售分配渠道决策的七个因素	(31)
反思维、反常规的销售秘诀七种	(32)
稀奇古怪的“销售”秘诀	(33)
日本商界的营销定律揭秘	(36)
西班牙超市的推销秘诀	(37)
麦当劳快餐店揭秘	(39)
推销方式的四大变革	(40)
合法的直销公司的七个特征	(41)
包装产品的秘诀	(42)
海外企业攻心秘诀	(43)
留住顾客的七个秘诀	(44)
怎样与顾客的感情更融洽	(46)
做好产品售后服务工作的秘诀	(46)
为顾客提供优质服务的七个秘诀	(47)

第三章 产品质量 12 技

产品的七个层级	(49)
产品生命周期的各个阶段	(50)



有形产品和附加产品	(51)
产品系列和产品组合	(52)
产品线的现代化趋势	(53)
改进产品线的最佳时机	(54)
模仿别人，永远没有出路	(55)
产品开发的发展方向	(56)
让产品拥有魅力	(57)
让产品进入国际市场	(57)
价格相同，质量就要高人一筹	(59)
如何提高产品质量	(59)

第四章 价格 5 奥妙

定价的三个秘诀	(61)
确立适当价格的六个秘诀	(62)
影响定价的五个限制条件	(63)
定价策略是产品策略的组成部分	(64)
通过价格手段可以实现的七个目标	(65)

第五章 品牌 5 大决策

品牌化决策的秘诀	(68)
品牌决策的三种类型	(69)
品牌使用者决策的秘诀	(71)
选择商标名称的秘诀	(72)
实施品牌化决策要注意的三个问题	(72)

第六章 信息 8 个搜集

信息 = 财富	(74)
信息源都有哪些	(75)



搜集信息的七个秘诀	(77)
搜集信息的三个步骤	(79)
搜集信息的目标	(79)
企业搜集信息的种类	(80)
美国企业获取信息的秘诀	(82)
怎样保守商业秘密	(83)

第七章 融资 6 技巧

“借鸡生蛋”	(84)
银行贷款	(85)
引进外资	(86)
内部融资	(87)
联营找资	(88)
民间筹资	(90)

第八章 广告 13 种策划

老板：相信广告的作用	(91)
做广告要有明确的信念和思路	(93)
广告的形式与实现	(94)
如何创作具有效果的广告	(95)
不可小看创意广告	(96)
令人拍案叫绝的广告创意	(97)
不同种类广告的发展策略	(98)
怎样用广告吸引老顾客	(99)
用最少的钱，做最有效效果的广告	(100)
产品生命周期各个阶段的广告策略	(101)
老板所欣赏、敬佩的广告人	(102)



和广告公司合作的九项原则····· (103)

获得利润并非广告的惟一目的····· (104)

第二部 管理篇

第一章 管理艺术 39

微妙管理术的运用····· (107)

人性管理····· (108)

自我管理与民主管理····· (109)

分层管理与利润独立核算····· (110)

无形资产的“有形”管理····· (112)

健全分层管理制度的三项规则····· (113)

目标管理····· (114)

制定规章制度要注意的八点····· (115)

经常运用的管理原则····· (116)

管理六忌····· (117)

适度压力, 激发潜能····· (118)

减少压力, 发挥才能····· (119)

表达谢意, 主动管理····· (120)

裁减人员····· (121)

让部属尽心供职的秘诀····· (122)

财务管理····· (123)

一个真实的数字, 胜过一万行文字····· (124)

不要轻信财务报表上的数字····· (125)

“抽屉式管理法”····· (126)

“355 工作法”揭秘····· (127)



“四全管理体制”	(129)
“双零管理法”	(130)
“例外管理法”	(131)
“五 W-H 分析法”	(132)
“九查术管理法”	(134)
“遥控管理法”	(135)
“可口可乐的管理法”	(136)
“麦当劳的管理法”	(138)
“英特尔公司的管理法”	(138)
“大荣食品连锁店的管理法”	(139)
“三星集团的管理法”	(140)
“康德公司的管理法”	(141)
“日本公司的管理法”	(142)
美国企业的管理法	(144)
IBM 的三条神圣原则	(146)
现代企业的五大管理趋势	(147)
如何锻炼自己管理才能	(148)
如何让自己更加强大	(149)
测试有效管理者的五项心理习惯	(149)

第二章 危机管理 7 大点

出现危机的七个征兆	(151)
危机管理的 15 个要点	(153)
如何查找突发危机的症结	(154)
面对突发事件的秘诀	(155)
如何处理突发危机	(156)
如何摆脱企业困境	(157)



企业内部病情自我诊断的秘诀	(159)
---------------------	-------

第三章 奖惩 9 种手段

物质奖励	(161)
多重奖励	(162)
激励调动	(163)
部属潜能	(165)
激励部属的进取精神和竞争意识	(167)
良好的组织气氛的特点	(168)
如何实施激励	(169)
对犯错误的部属的五种训诫方式	(170)
定期评核部属的工作表现	(171)

第四章 培训 7 个窍门

培训原则	(173)
培训目的	(174)
培训必须具备的条件	(175)
培训注意事项	(175)
协助职工自我实现	(176)
“精神教育”	(177)
怎样培育崇高的企业文化	(179)

第三部 商务篇

第一章 谈判 12 招

谈判的准备工作	(183)
---------------	-------



抓住时机，见好就收	(184)
攻其不备，必先解除对方的戒备心理	(186)
巧对谈判中的节外生枝	(187)
谈判中怎样“让步”	(188)
谨慎谈判中的“白纸黑字”	(189)
口才训练	(190)
谈判中的报价	(192)
有意识地暴露自己的弱点	(193)
在谈判中学会说“行”或“不行”	(194)
知己知彼	(196)
治疗“谈判恐惧症”的秘诀	(197)

第二章 交际 8 要素

交际五要素	(199)
交谈五秘诀	(200)
投石问路	(201)
自我介绍	(202)
对付嫉妒的三个秘诀	(203)
同事相处	(205)
树立形象	(205)
绝招	(207)

第四部 统帅篇

第一章 决策 10 大计

仔细思考，果断决策	(211)
-----------------	-------



决策愈大，风险愈大	(213)
不作不必要的决策	(214)
掌握决策时机	(215)
人事决策不拖延	(216)
参与决策	(217)
决策过程中应注意的几个方面	(217)
别把时间浪费在小的冒险上	(218)
要雄心，不要野心	(219)
要果断，不要优柔寡断	(220)

第二章 统领 17 要诀

统领部属	(222)
精选副手	(224)
具备技能	(225)
创造迸发智慧火花的环境	(226)
老板的“蜜月期”愈幸福，愈有危险	(227)
对部属的需求预测	(229)
把握工作的重点与角度	(230)
“5 分钟脑力激荡”工作法	(231)
老板的必备素质	(232)
激励部属的“首创”精神	(233)
面对难题，从容不迫，逐条解决	(234)
不怕犯错，就怕不做	(235)
不要让小事浪费你的精力	(236)
先紧后松，可让部属更加卖力	(237)
要有“先知先觉”的本领	(238)
敢走进第一万条“死胡同”	(239)



让每一个部属都能得到发展的机会 (239)

第三章 协调 18 法

协调的职能 (241)

协调好与组织职能间的关系 (242)

怎样判断与部属间的“相知”感觉 (243)

让每一个部属都有参与感 (244)

“信任”部属的两个秘诀 (245)

开好会议的四个秘诀 (246)

韩国“KUM-HO”型 QC 小组的经验 (247)

给部属创造一个宽松的工作环境 (248)

给部属创造畅所欲言的良好气氛 (249)

环节越少,沟通越畅 (250)

对部属的工作调配应急缓得当 (250)

唤起部属对工作的热情投入 (251)

准确、迅捷地传达指令 (252)

处分部属要公平、公正、公开 (253)

怎样化解纠纷 (254)

尽可能多地关心部属的日常生活 (255)

不要轻易否定部属的建议 (256)

妥善处理劳资问题 (256)

第四章 权力 6 要领

权力是部属赋予的,而不是上司 (258)

授权的四个秘诀 (259)

授权与遗忘 (261)

授权时应避免哪些失误 (262)



集权与分权	(263)
-------------	-------

利益面前顾客第一	(264)
----------------	-------

第五章 用人 17 计

得人者昌，失人者衰	(266)
-----------------	-------

广开才路，财路无边	(268)
-----------------	-------

知人善用，人尽其材	(269)
-----------------	-------

用人之术，攻心为上	(270)
-----------------	-------

扩充才力资源	(272)
--------------	-------

开发企业人才	(273)
--------------	-------

吸引企业人才	(274)
--------------	-------

挑选企业人才	(275)
--------------	-------

识别企业人才	(276)
--------------	-------

考评企业人才	(277)
--------------	-------

激发企业人才	(278)
--------------	-------

怎样掌握人才需求结构	(279)
------------------	-------

怎样对待优秀部属的辞职请求	(280)
---------------------	-------

要给部属提供发挥才能的环境	(282)
---------------------	-------

开拓型人才的个性都有哪些	(283)
--------------------	-------

不要苛求全知全能的人才	(284)
-------------------	-------

怎样让你的公司永远处于最佳人才状态	(285)
----------------------------	-------

第六章 利用时间 6 种方法

时间是最珍贵的资源	(286)
-----------------	-------

生命是有限的时间积累	(287)
------------------	-------

几种浪费时间的工作方式	(288)
-------------------	-------



利用时间的要诀	(290)
科学的休息方法	(291)
如何充分利用好每一天	(292)

第七章 自我完善 14 妙计

保持积极的进取心	(294)
让自己的风度更加迷人	(295)
胜，始于相信自己必胜	(296)
拓宽思维是成功的基石	(297)
“敬人者，人恒敬之”	(298)
怎样做个有潜力的老板	(299)
老经验并不一定适合新问题	(300)
不要干涉部属的私生活	(301)
培养对工作热爱的兴趣	(302)
在创业中寻找人生的价值	(303)
不同场合要有不同的形象	(304)
做一个开拓型的老板	(305)
提高工作效率的五点经验	(306)
建立一套完善的信念和经验的体系	(307)

第五部 发展篇

第一章 收购与兼并 8 大战术

兼并战略的类型	(311)
公开收购	(312)
收购双方谈判中的技巧	(313)



被收购公司的反收购防卫秘诀	(315)
反兼并策划要点	(316)
怎样与中介组织交涉	(318)
跨国收购	(319)
西方企业兼并程序	(320)

第二章 创新 15 法

创新思维的形成过程	(322)
问题编目法	(324)
特性列表法	(325)
头脑风暴法	(325)
收集笔记本法	(327)
新产品的品牌制定	(328)
新产品的划分及特性	(329)
开发新产品的工作程序	(330)
开发新产品的四个阶段	(331)
消费性新产品的开发过程	(333)
缩短新产品开发周期	(334)
怎样使新产品进入销售市场	(335)
3M 公司培养创新意识的启示	(336)
创新的三个特征	(337)
创新长期目标的制定	(338)

第三章 发展 25 条战略

个人事业发展的四个阶段	(339)
发展过程 = 恒心 + 毅力 + 坚持不懈	(341)
发展型战略的类型与适用条件	(342)



集中型发展战略	(343)
纵向一体化战略	(344)
横向一体化战略	(345)
同心多样化战略	(347)
复合多样化战略	(347)
后发企业的发展战略	(349)
平庸企业的竞争战略	(350)
成熟行业发展战略	(351)
处于分散行业企业战略	(352)
集中一点战略	(354)
寻找空白战略	(355)
经营特色战略	(356)
合纵连横，由小变大	(357)
保持第一位的最佳途径	(358)
第一位企业的包围战术	(359)
要做好的十件事	(361)
事业上出现坎坷时应做到的四点	(361)
对眼下的成果不要自满	(362)
“投机”的最佳时机	(363)
从足球比赛的“射门”中得到的启迪	(364)
害怕失败，就永远不会成功	(365)
做一条永远开拓、永远探索的蚯蚓	(366)