

面、深刻剖析导致小本经营失败的九大因素

● 研究失败丛书

研究失败是为了获得更有把握的成功

小本经营

WEISHIME HUI SHIBAI

为什么会失败

陈企华 等编著



为什么看了很多如何进行经商的书后还做不好小本生意，因为大家从这些书中只能了解到各种成功的经商方法，却很少能知道容易导致小本经营失败的各种因素。岂不知偶尔的一次经商失误有可能使自己功亏一篑、血本无归。本书就是专门为朋友们所写的怎样避免小本经营失败之书。

中国财政出版社

小本经营为什么会失败

陈企华 郭奎永 文雪峰 编著

中国戏剧出版社

图书在版编目(CIP)数据

研究失败丛书/陈企华等编著. - 北京:中国戏剧出版社,2000.2

ISBN 7-104-01250-8

I. 研… II. 陈… III. 成功心理学-通俗读物

IV. B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 11718 号

研究失败丛书

小本经营为什么会失败

陈企华 等编著

中国戏剧出版社出版

(北京海淀区北三环西路大钟寺南村甲 81 号)

(邮政编码:100086)

新华书店经销

北京光华印刷厂印刷

246 千字 850×1168 毫米 1/32 印张:11.875

2000 年 2 月第 1 版 2000 年 2 月第 1 次印刷

印数:1—2000 册

ISBN 7-104-01250-8/C·55

总定价(全套三册):59.40 元

本册定价:19.80 元

前 言

改革开放以来,商品经济有了巨大发展。特别是最近几年,随着我国经济政策的变化,计划经济向市场经济转轨,经济热刺激着众多的国民,一批又一批的工人、农民、知识分子在经济大潮中纷纷下海经商。他们有的开起了店铺,有的跑上推销,还有的办起了公司、工厂……一时间,各种各样的经济实体遍地开花,大街小巷商场店铺林林总总,五花八门,令人目不暇接。在所有的经商者中,以小本经营者为最多。

小本经营者不乏成功者,他们有的 overnight 暴富,从一个穷光蛋摇身变成百万甚至千万富豪,从一个名不见经传的小人物变成家喻户晓的知名人士,是多么风光!也有些虽然曾历尽千难万险,最终也修成正果,成了人人羡慕的实业家,又是何其威风!在这些成功者眼里,“这世界变得很精彩”。

然而,并不是人人都很幸运,有更多的小本经营者在商海中遭受风吹雨打,饱尝失败的滋味。他们之中,有的是靠借贷来经商的,企图通过经商改变自己一穷二白的面貌;有的虽然有点小本钱,但那是血汗钱,期望通过经商使其成百倍、千倍扩大。结果呢,忙来忙去,落个原扯原,净往里搭功夫,这还算是不错的;更多的是赔了夫人又折兵,有些甚至血本无归,欠下一屁股债

务,没有发起来却先趴下去了。经济上蒙受了损失,精神上 also 遭受了打击,真是得不偿失,在他们眼里,“这世界变得很无奈”。

有许多朋友不仅要问,同样是小本生意,为什么别人赚钱我赔钱呢?我也曾读过不少有关经营方面的书,也用了书中所讲的套路,为什么总不能成功?

其实,这里面的答案很简单,就是那些书中只告诉了从商的朋友应该怎么样,却没有告诉这些朋友不该怎么样。正是因为这些朋友只知道小本经营应该怎样而没有注意不应该怎样,在经营过程中免不了会出现一些失误,正是这些不该出现的失误影响了小本经营的成功。

本书针对这一问题,综合分析了众多小本经营不成功案例,总结出了导致小本经营不成功的种种因素,希望能给正在从事小本经营和准备从事小本经营的朋友提供一个反面鉴戒,为朋友们保驾护航,帮助大家达到理想的彼岸。同时,也为曾经想成功而没有成功的朋友找到了小本经营不成功的症结所在,如果这些朋友在以后的经营中能够避免出现此类失误,相信您一定能跨入成功者行列!

陈企华

1999 年 12 月于北京

目 录

第一章 经营决策不当.....	(1)
一、竞争误区	(3)
1. 墨守陈规.....	(4)
2. 行动迟缓.....	(5)
3. 盲目出击.....	(5)
4. 短期效益.....	(6)
5. 不正当竞争.....	(6)
6. 舍本求末的竞争.....	(8)
7. 竞争盲目.....	(9)
8. 面面俱到的竞争.....	(9)
二、规模扩大过程中的误区	(12)
1. 资源配置过于分散	(13)
2. 运作费用过大	(15)
3. 领域选择误导	(16)
4. 人才难以支持新领域	(18)
5. 时机选择把握不当	(20)
6. 随意更换经营地点	(21)
三、合作的误区.....	(24)
1. 平分合作股权	(25)

2. 忽略信息沟通	(25)
3. 随便与亲友合作	(26)
4. 事先不定章程	(27)
5. 角色分工不明确	(27)
6. 不进行合作	(28)
四、经营盲目	(30)
1. 决策盲目自信	(31)
2. 市场战略盲目	(32)
3. 盲目分散投资	(33)
4. 产品开发盲目	(34)
5. 技术利用盲目	(35)
6. 盲目下马	(36)
7. 盲目掉头	(38)
五、闭目塞听	(42)
1. 不注意搜集与市场有关的信息	(43)
2. 不去了解竞争对手的情况	(48)
六、优柔寡断	(52)
七、市场进入失误	(57)
1. 视野狭隘, 目光短浅	(57)
2. 与实际距离遥远	(58)
3. 盲目追随潮流	(60)
4. 不懂装懂, 自以为是	(61)
5. 隔行经营	(62)

6. 不结合具体环境	(65)
7. 贪多求大,脱离实际	(66)
八、地点欠佳	(69)
九、经营决策一哄而上	(73)
十、进货不慎	(76)
1. 盲目相信别人	(76)
2. 发财心切	(78)
3. 贪小便宜	(79)
4. 对市场行情不了解	(81)
十一、不搞市场预测	(81)
十二、盲用地区价格差	(85)
十三、一哄而上,孤注一掷	(87)
十四、坐失良机	(89)
十五、不注意经营决策的其它误区	(95)
1. 一条道走到黑	(95)
2. 单一经营	(96)
3. 不可见兔就撒鹰	(97)
4. 盲目听信别人的劝告	(98)

第二章 不擅长应对顾客

一、和顾客争吵	(104)
二、伤顾客自尊心	(107)
三、让顾客尴尬	(109)

四、越俎代庖	(111)
五、蒙骗顾客	(113)
六、触犯顾客忌讳	(119)
七、与顾客无理辩解	(121)
八、营业员有不良行为	(123)
九、无视顾客需求	(124)
十、墨守成规,不注意顾客消费变化	(126)
十一、不考虑顾客购买时间	(127)
十二、形象不佳	(128)
十三、一锤子买卖	(133)
十四、漫天要价	(133)

第三章 不擅长推销

一、推销员有不良习惯	(137)
1. 胡乱着装	(138)
2. 使用难懂的语言	(139)
3. 有语病	(140)
4. 爱酒、爱赌、爱色	(141)
5. 单方面唠唠叨叨	(142)
6. 写字不规范	(144)
7. 加入小集团	(146)
8. 恐惧	(147)

二、推销手段误区	(148)
1. 滥用自己的垄断地位	(149)
2. 瞎子摸象	(150)
3. 说话只为了表达	(151)
4. 不注意访问时间和日子	(152)
5. 忽视推销以外的因素	(154)
6. 忽视推销后盾	(155)
7. 总是等待	(156)
8. 得罪秘书小姐	(158)
9. 告诉顾客太多细节	(159)
三、推销员态度误区	(161)
1. 轻易许诺	(161)
2. 强行推销	(163)
3. 强加于人	(164)
4. 冷遇小顾客	(165)
5. 怠慢老客户	(166)
6. 不能正确面对拒绝	(167)
 第四章 广告失误	 (169)
一、过分依赖	(171)
二、广告创意喧宾夺主	(173)
三、言过其实	(176)
四、忽视环境误区	(179)

五、忽视广告的作用	(180)
六、忽视广告的其他误区	(181)
1. 广告无度	(181)
2. 为人作嫁衣	(182)
3. 犯人忌讳	(182)
4. 广告越做越好, 产品越做越差	(183)
5. 假宣传欺骗顾客	(183)
6. 宣传中重点不突出	(183)
7. 广告词枯燥, 不合事实	(183)
8. 广告画面杂乱无章	(184)
9. 抄袭同行的广告	(184)
10. 贬低同行	(184)
11. 草草收场	(185)
12. 滥用宣传实体	(185)
13. 做广告时不量力而行	(185)
14. 内容与形式不一致	(186)
15. 广告有“硬伤病”	(186)

第五章 人员管理失误

一、用人又疑人	(191)
二、人心不和, 热衷内战	(195)
三、采用单一的管理方法	(198)
四、放手不管	(200)

五、管理教条	(202)
六、重才轻德	(204)
七、采用威逼的管理方式	(208)
八、人员管理的其它失误	(210)

第六章 管理不当..... (215)

一、劳动组织管理盲目.....	(217)
二、管理者事必躬亲	(218)
三、理财不当	(221)
1. 不重视资金周转.....	(221)
2. 不进行财务核算.....	(222)
3. 认为负债都是坏事.....	(223)
4. 借高利贷进行低利率经营.....	(224)
5. 赊帐过多.....	(226)
6. 开支过大.....	(227)
7. 铺张浪费.....	(228)
四、对物的管理不当	(230)
1. 产品(商品)质量差.....	(230)
2. 产品(商品)包装有问题.....	(231)
3. 产品(商品)损失.....	(234)
4. 管理混乱导致物品的流失.....	(237)
五、信息管理不当	(238)

第七章 不擅长谈判	(243)
一、态度不当	(245)
1. 把坦诚当天真	(245)
2. 刁横	(247)
3. 忽视第一印象	(248)
4. 急于求成	(249)
二、心理不成熟	(250)
1. 羞怯	(250)
2. 遇到难题举措失度	(252)
3. 缺乏信心	(253)
4. 急躁鲁莽	(254)
5. 发泄心理	(255)
三、谈判语言犯忌	(256)
1. 偷换概念	(257)
2. 无谓纠缠	(258)
3. 歪曲语境	(259)
4. 虚拟原因	(260)
5. 强词夺理	(261)
6. 不懂说服	(262)
7. 逞一时口舌之能	(265)
8. 使用不当言词	(266)
四、谈判策略忌讳	(268)
1. 只顾自己利益	(268)

2. 获胜前掉以轻心·····	(270)
3. 在立场上磋商问题·····	(271)
4. 把“一揽子交易”等同于“估堆买卖”·····	(273)
5. 疲劳·····	(274)

第八章 无防范意识 ····· (277)

一、不考虑信用陷阱·····	(279)
二、轻信别人介绍的客户·····	(281)
三、随便泄露商业秘密·····	(283)
四、轻信“君子协定”·····	(285)
五、盲目从众·····	(287)
六、缺乏戒备心·····	(289)
七、盲目签订经济合同·····	(292)
1. 伪造经济合同·····	(292)
2. 利用一份货物签订多份经济合同·····	(295)
3. 利用样品签订经济合同·····	(297)
4. 利用假货场来骗取经济合同·····	(298)

第九章 经营者个人主观因素的消极影响

·····	(301)
一、盲目乐观·····	(303)

二、自我陶醉	(304)
三、耍派头	(305)
四、粗俗失礼	(306)
五、自高自大	(308)
六、为面子而经商	(309)
七、独断专行	(310)
八、只看重金钱	(311)
九、不懂装懂	(312)
十、好大喜功	(313)
十一、抱怨不休	(314)
十二、焦虑不安	(315)
十三、缺乏自信	(317)
十四、经营观念陈旧	(321)
十五、缺乏法律意识	(323)
十六、缺乏韧性	(326)
十七、粗心大意	(328)
十八、怠慢懒惰	(333)
十九、不讲究卫生	(336)
二十、缺乏信誉	(339)
二十一、缺少笑脸	(344)

第十章 无视小本经营之忌	(347)
一、小本经商之忌	(349)
二、小本经营金融投资业之忌	(352)
三、小本经营饮食业之忌	(354)
四、小本经营实业之忌	(356)
五、小本经营的创业之忌	(358)
六、小本经营旅游服务业之忌	(360)
七、小本经营者当经纪人之忌	(363)

第一章

经营决策不当