

BOSS 走出

STEP OUT OF THE BOSS'S MISTAKEN AREA

上

维 高 / 编著

老板的 误区

- 感悟中外百名老板成败案例
- 走出老板用人与管人的误区

中国物资出版社

走出BOSS 老板的误区

上

维 高 / 编著

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

走出老板的误区 (上、下) / 维高编著. — 北京: 中国物资出版社,
2005.7

ISBN 7 - 5047 - 1164 - 0

I. 走… II. 维… III. 企业领导学 IV. F272. 91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 24145 号

责任编辑 康书民 黄 虹

责任印制 方鹏远

责任校对 齐 巍

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮编: 100834

全国新华书店经销

利森达印务有限公司印刷

开本: 880 × 1230mm 1/32 印张: 19.5 字数: 540 千字

2005 年 7 月第 2 版 2005 年 7 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7 - 5047 - 1164 - 0/F · 0438

印数: 0001—3000 册

定价: 48.00 元 (上、下册)

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

写在前面的话

每个人都渴望自己能够走向成功,而从心底里深深厌恶“失败”这两个字眼,并极力试图躲避失败的厄运。

老板们当然更是如此,更想突破逆境、走出低谷,使自己成为商界的佼佼者和众人顶礼膜拜的英雄。

可是,如果放眼现实世界,实际情况却并不总是那么尽如人意,而是失败者芸芸,成功者了了。

究其原因,归根结底是因为存在着大量老板的误区。无疑地,商界中隐藏着众多陷阱,常常令人防不胜防,这是客观存在的事实;另一方面,很多老板本身亦存在着各种各样的缺点,而这些主观上的因素,也是导致老板陷入困境的人类通病和痼疾。正是由于主、客观两个方面的原因,共同引导着老板们一步步走进误区而不自知。

所谓误区,大致可以分为两种:一种是较为明显的、易被察觉的误区,另一种是看似正确而实际上则是错误的误区,这种误区往往不被一般人所知,因而具有更大的隐蔽性,令人疏于防范,甚至有很多人都把这类误区视为正确的道路而照行不误。

对于后一种误区,由于它们具有太大的迷惑性,似是而非,很容易便给老板们带来害处,而且还有着不易被发现的特点,因此,这些是本书所论述的重点。





然而,对于前一种误区,尽管它们比较明显,易被人们察知,但是笔者并未因此而一笔带过,而是仍然不惜笔墨,用于较大篇幅加以深入探讨。

也许有人认为,既然是明显的错误,就是人人都知道的,根本用不着去说明,这是多此一举,徒劳无功。

持有这种观点的人,虽然有着自己的理由,但是他们往往只知其一,不知其二,因而也可以不客气地说一句,这样想的人本身也陷入于思维的误区。

一定要明白,人人都知道的错误并不是人人都能够避免和加以改正的错误。正如大家都知道闯红灯是不对的,是要被罚款的,可是还有很多人仍然照闯不误;大家也都知道:“吸烟有害健康”,同样还有很多人照抽不误;大家更知道酗酒、吸毒不好,可仍然有不少人那样去做。当然,象这种例子还有很多。

为什么会出现上述情况呢?原因即在于,对于闯红灯、抽烟、酗酒、吸毒……的危害究竟在哪里以及危害到底有多大的问题,有很多人其实并不了解。如果能够有较为深入的了解,相信他们就会有所改变了。

另外,就中国的具体国情而言,其商业气息并不浓厚,商业意识也不发达,所以,即使是很明显的商业上的错误,也会有大量的老板去犯。

正因如此,所以笔者对于明显的和不明显的误区都进行了极为深入的剖析和说明,而并未武断地从主观上舍弃哪一面,以免造成顾此失彼。

实际上,任何一种误区,无论大小,或明或暗,都必将有损于老板事业的发展,甚至让老板一败涂地。因此,作为一家企业或公司的舵

手,面对竞争激烈和变幻莫测的商业环境,若想取得事业的成功,就必须首先避免使自己走入误区,而一旦不慎误入歧途,则应该立即走出误区。

本书的主要目的,就是针对老板的误区,阐述和分析产生误区的原因,并提出相应的解决办法,帮助老板走出误区。

老板的误区多种多样,不一而足;而且,对于具体的每一个老板来说,其情况也是各不相同的,解决方法亦有所差别。

有鉴于此,所以本书在论述的过程中,既有概括和总揽,又有分述和细说。因而,本书的针对性极强,做到了有的放矢,对症下药,并非统统之论。

具体说来,在本书的上部中,主要包括以下几个篇章的内容:

第一章“老板误区的魔影”开宗明义,直指老板们容易走入的误区之所在,并提出诸多警告,给老板摆出黄牌,拨亮红灯,继而加以劝诫、开导,力图使老板们猛然醒悟,亦树立走出误区的信心;

第二章“走出老板规划和设计的误区”主要阐述了有关老板选择行业部门进行准备和筹划方面的问题,指明了哪些规划和设计是错误的,并为老板提供了正确而有效的规划和设计方法。规划和设计是很多老板容易忽视的地方,而这却是经商的第一步,假如走不好,以后的业务便会受到影响。因此,必须加强对这方面问题的重视;

第三章“走出老板投资和融资的误区”目前资本运营问题已经成为商家注目之焦点,是许多老板热切关心的一大核心问题。而投资和融资,也是资本运营的核心问题之一,假如不能有效处理和解决这方面的问题,那么资本运营也就成为无源之水、无果之花了;

第四章“走出老板生产与市场的误区”生产和市场是老板取得商业成功的起点和终点。老板所经营的商品是否能够卖得出去,其实在





生产时其命运即已注定,因此,老板必须在这方面多花些心血,避免犯错误。当然,若想使商品在市场上畅销,也有必要明白市场竞争的诸种策略,运用正确的方法应对销售;

第五章“走出老板投入与回报的误区”针对一般人的通病,直接点明不可迷信“一分投入、一分回报”的谎言,帮助老板避免不正确的投入方法和方向,从而真正使其投入能够带来切实之回报;

第六章“走出老板参股与控股的误区”主要论述有关股票市场的各种问题。尽管参股和控股是带来巨大效益的良策,但其中的风险亦不可低估,一旦有所闪失,便会使老板们为其所害,故而不可不防;

第七章“走出老板风险意识的误区”既阐明了老板必须敢于冒险才能获得巨大财富的道理,同时又对老板提出告诫,不要做没有价值的冒险,更应化风险为保险;

第八章“走出老板形象与信誉的误区”指出,形象和信誉乃是老板的无价之宝,只有摒弃不当观念,建立良好形象和信誉,才是在商场中兴旺发达的必由之路。

第九章“走出老板知识和经验的误区”对于老板而言,知识和经验无疑是重要的,没有它们不行;但是,如果迷信知识和经验,受其束缚,为其左右,也是导致失败的诱因。对于这两种极端,在此章中都有所论述。

编者

目 录

第一章 老板误区的魔影

一、无所不在的老板误区·····	(4)	1
●把生意看作是副业·····	(5)	0
●不善于指导其他人参与工作·····	(6)	
●时间计量上的差错·····	(7)	录
●精神压力太大造成损失·····	(8)	
●不愿意多多联系同行·····	(9)	
●对于新闻界的能力估价过低·····	(10)	
●未能把产品销售同服务社会结合起来·····	(10)	
●把家庭成员排除在外·····	(11)	
●未能把做广告当作头等大事之一去办·····	(12)	





●不会充分利用现有的需求	(13)
●孜孜以求大额销售	(13)
●定价过高,不切实际	(14)
●增加了生产场所方面的开支	(15)
●认为负债都是坏事	(16)
●对于法律和保险知识所知甚少	(17)
●由于一时挫折而使整个企业彻底崩溃	(17)
二、亮给老板的红灯	(18)
●企业家精神的泯灭是破产之源	(18)
●“逆向改革”的恶果	(20)
●去掉优越感,树立危机感	(21)
●克服老板的“职业病”	(22)
三、为什么误入歧途	(23)
●轻视对手,误中圈套	(23)
●谨防“客大欺主”	(25)
●缺乏洞察力是老板的大忌	(26)
四、两种误区:可容忍的,不可容忍的	(30)
●“可容忍的”错误要少犯	(30)
●“不可容忍的”错误绝对不要犯	(31)
●应学会区别对待	(33)
●永远不为自己找借口	(34)
五、防患于未然	(35)
●切勿“有风使尽帆”	(36)
●不打无把握之仗	(37)
●不可“闭门造车”	(39)

●切忌“盲人骑瞎马”	(41)
六、误区是可以避免的	(42)
●必须有胆有识	(43)
●必须扬长避短	(44)
●必须突破旧有意识	(47)
●必须打破常规	(49)

第二章 走出老板规划与设计的误区

一、你适合做生意吗	(53)
●什么是生意	(54)
●怎样才算做成生意	(54)
●哪种人适合做生意	(55)
二、不要入错行	(61)
●各类行业知多少	(62)
●识哪行做哪行	(64)
●入错行怎么办	(65)
三、人行三件事	(66)
●卖什么	(66)
●卖给谁	(67)
●怎样卖	(69)
四、如何进行规划和设计	(72)
●好的规划和设计是赚钱的起点	(73)
●选准最赚钱的行业	(74)
●做一个有心人	(78)
●自助者，天助之	(79)
●制定并实现赚钱的目标和计划	(80)





●规划和设计的两大原则	(81)
五、规划和设计的重点	(82)
●坚定己意选择	(82)
●从不起眼的小生意做起	(83)
●放长线,钓大鱼	(84)
●准备好安全岛	(85)
六、错误的规划和设计方法	(86)
●计划脱离实际五种	(87)
●自我中心主义	(89)
●吃亏在于不听劝	(90)
●只有好的愿望是不行的	(92)
第三章 走出老板投资与融资的误区	
一、不懂投资的人无法获利	(96)
●人是好逸恶劳的动物	(96)
●“机会有限论”和“机会无限论”	(97)
●动则生,静则死	(98)
●学会用钱赚钱	(99)
二、如何选择投资的方向	(100)
●投资地点的选择	(100)
●投资时间的选择	(101)
●投资行业的选择	(102)
●投资方式的选择	(103)
三、必须遵循的投资原则	(104)
●考虑到投资风险	(104)
●投资“三查”	(105)

●普遍撒网,重点捕鱼	(106)
●投资诀窍:好钢用在刀刃上	(107)
●宁可不投,不可错投	(107)
四、“输血”不如“止血”	(108)
●本钱从何而来	(109)
●收入要谋算,支出要限制	(110)
●只有储蓄才是投资的原动力	(111)
五、融资:使财富成倍增长的良策	(112)
●融资是投资的基础	(113)
●企业家要具有金融意识	(114)
●金融和金融市场	(114)
●直接融资和间接融资	(115)
六、善选融资途径	(116)
●途径之一:争取银行贷款的六个条件和八种技巧	(117)
●途径之二:发行企业债券	(123)
●途径之三:利用股票融资	(128)
●途径之四:金融租赁	(130)
●途径之五:利用社会关系融资	(133)
七、企业境外融资要择善而从	(134)
●目前国际市场的特点	(134)
●利用外资方式种种	(136)
八、融资“三忌”	(138)
●忌弄虚作假	(138)
●忌融而不投	(139)
●忌“老虎吃天”	(140)





第四章 走出老板生产与市场的误区

- 一、经营失败的原因…………… (144)
 - 不要办“一人公司”…………… (144)
 - 不要“关起门来做生意”…………… (146)
 - “市场区隔离配合”策略…………… (147)
 - 不可随便追求多元化…………… (148)
 - “绝对不要收买不知道如何经营的行业”…………… (149)
 - 不要迷信新产品…………… (150)
 - 过于灵活反而不好…………… (151)
 - 为什么“货好也怕客不来”——杜邦公司的启示…………… (152)
 - 雄狮会社:一万个证人…………… (154)
 - 飞鸽自行车“飞”入白宫的启示…………… (154)
 - 以险惊人的“强力胶”…………… (155)
- 二、新时代的经营策略…………… (155)
 - 用户策略(一):纳尔科——服务到家…………… (156)
 - 用户策略:(二)吉拉德——卡片战术…………… (157)
 - 用户策略(三):以“心”经营…………… (158)
 - 用户策略(四):贩卖“真诚”…………… (160)
 - 目标策略:宝兰山的远虑与近忧…………… (161)
 - 价格策略:五种定价法…………… (163)
 - 竞争策略(一):学会在浪尖上跳舞…………… (166)
 - 竞争策略(二):打败自己…………… (168)
 - “书面”策略:把经营变成文字…………… (169)
- 三、市场竞争的秘诀…………… (171)
 - “失小利”者“获大利”…………… (172)

●少考虑是非,多考虑得失 (173)

●竞争就是力量的对抗 (177)

四、走向成功 (178)

●化不利为有利 (178)

●人人参与销售 (180)

●先下手为强 (182)

●因时用势 (187)

●管理“创意” (189)

五、一点忠告:不要惧怕失败 (192)

第五章 走出老板投入与回报的误区

一、“一分投入,一分回报”纯属谎言 (197)

●别用“竹篮”打水 (197)

●勿与法律、政策“撞车” (198)

●错误的“乘法原理” (199)

二、走出投入与回报的误区 (199)

●如何提高投入技巧 (200)

●避免“假投入” (200)

●利用律师及法律专家 (201)

第六章 走出老板参股与控股的误区

一、走近股市 (205)

●什么是股票 (206)

●股票的种类 (208)

●优先股与普通股 (210)

●投资普通股的利与弊 (214)

●股票投资的基本原则 (216)





二、如何选择股票	(217)
●有效获取股票市场的信息	(217)
●五种影响股票选择的因素	(219)
●判别股票具有投资价值的技巧	(221)
●利用发行公司的年度财务报告	(224)
●选择低价股	(227)
●选择热门股	(229)
●选择增长股	(230)
三、预测股票价格变动趋势的方法	(232)
●股票价格变动的原因	(232)
●公司因素对股价变动的的影响	(234)
●经济因素对股票价格的影响	(236)
●股价走势有路可循	(239)
●运用“道氏理论”预测股价走势	(242)
四、正确选择交易时机	(244)
●选股不如选时	(244)
●如何把握时机技巧	(246)
●买进股票的时机	(247)
●卖出股票的时机	(248)
五、股票投资与操作方法	(249)
●顺势投资法	(249)
●保本获利投资法	(250)
●守株待兔操作法	(252)
●摊平操作技巧	(254)
●了解主力大户的操作	(255)

第七章 走出老板风险意识的误区

- 一、富贵险中求 (261)
 - 没有风险,就没有收益 (261)
 - 利益是勇气与机会的叠加 (263)
- 二、爱拼才会赢 (263)
 - 机会是不能储蓄起来的 (264)
 - 要勇于接受挑战 (265)
 - 经营者要善于背水一战 (266)
- 三、冒险不等于赌博 (267)
 - “狼桃”的故事 (267)
 - 冒险是刺激企业进步的良药 (268)
 - 风险的二重性——理查德·米勒的经历 (269)
 - 郑周永险中求胜 (270)
- 四、变风险为保险 (272)
 - 冒险的三大技巧 (272)
 - 争取保险代理人的协助 (273)

第八章 走出老板形象与信誉的误区

- 一、呼唤信用的时代 (280)
 - 商无信则不立 (280)
 - 只知道算数是个缺陷 (281)
 - 信用 = 财富 (283)
- 二、无法衡量的资产 (283)
 - 名声值多少钱 (284)
 - 大智者若愚 (284)
- 三、怎样建立好的形象和信誉 (285)





- 爱你的竞争对手..... (285)
- 爱你的顾客..... (286)
- 爱你的职员..... (288)
- 大老板须拘小节..... (289)

第九章 走出老板知识与经验的误区

- 一、不要迷信知识..... (293)
 - 尽信书不如无书..... (293)
 - 胆比识更重要..... (295)
 - 学有用的知识..... (295)
- 二、不被经验左右..... (296)