

这是一本成为商场赢家的经验圣经

成功 经商 的 100 条经验

——纵横商海的诀窍



我之所以能够成为亿万富翁，取得成功的关键是我能够不断地从他人或事物中吸取有益的东西。

——比尔·盖茨

民主与建设出版社

成功经商的

100 条经验

王笑东 编著

民主与建设出版社

图书在版编目(CIP)数据

成功经商的 100 条经验/王笑东编著. - 北京:民主与建设出版社,2001

ISBN 7-80112-478-2

I.成... II.王... III.商业经营-经验

IV.F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 086557 号

责任编辑	赵振兰
封面设计	翟 宁
出版发行	民主与建设出版社
电 话	(010)65523123 65523819
社 址	北京市朝外大街吉祥里 208 号
邮 编	100020
印 刷	北京市兆成印刷厂印刷
开 本	850×1168 1/32
印 张	11.75
字 数	290 千字
版 次	2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-80112-478-2/F·185
定 价	22.80 元

注:如有印、装质量问题,请与出版社联系。

前 言

现在已经是一个崭新的世纪。我们有幸生活在一个商业社会,最让我们眼光聚焦的热点,无疑是“财富”。那么如何获得财富或者说如何获得更大的财富?这自然又催发我们经商博弈的劲头。

通过经商可以解决我们手头紧、缺钱花的困境。通过经商下海当老板,我们可以自己解放自己。经商是打开财富和幸福之门的金钥匙。当我们掌握了这把金钥匙,我们就会得到宽敞华丽的住宅,我们会得到更多更好的教育,我们还可更充分地表现自己的个性。而更重要的是,我们将从缺少金钱的烦恼中解脱出来,重新尝到生活的乐趣。这一切,实际上是为我们敞开一个全新的世界。

话虽如此,经商赚钱却不是易如反掌的事情。毕竟,商场如战场,稍有不慎,便会马失前蹄,很可能因做生意赔了本反而变得一贫如洗。由于种种难以预料的因素,一败涂地,亏损累累的下海者时而有之。一些岸边人之所以心中痒痒,却不敢跳下商海一搏,便多出这种患得患失的心理。

尽管商界险恶,但也确有那么一批人,两手空空,白手起家,财富呈几何级数上升,没过多久,就成了腰缠万贯的富翁,坐拥轿车,手拿大哥大,说话都气粗了许多。

商界就是这般奇妙。同样是经商挣钱,有的人碌碌终日却潦倒一生,有的人不需多少努力却财源滚滚。而且钱这个东西怪得很,你越有钱,钱越容易流到你的腰包;你越是没有钱,钱就越容易对你退避三舍。两者的差别虽然也有一点运气在起作用,但主要还是源于赚钱才能的高低,看你有没有掌握经商的经验。

经商的经验在哪里呢?一些超级大亨对自身白手起家的个别经验作了总结,一些学者对商界大亨的共同经验做了理论概括,于

是形成了经商的一些基本经验。为了使广大的读者在有限的时间里掌握更多的经商经验,取事半功倍之效,我们从国内外大量有关经商诀窍中吸取精华,总结了最有实效的成功经验。

通过去粗取精,广搜博取,列举了 100 条经验包括经商方法和技巧,还包括一些正确的心态、观念,都是成功人士的智慧结晶和成功的体验。其中,奇特的经营招术,能让你攻守兼备,除中求胜;巧妙的理财策略,技高一筹,令人折服;人本的管理手段,能使你广招贤能,创新经营;制胜的创富点子,更是奇招迭现,财源滚滚。如果有心,认真阅读,相信能使你获益匪浅。如果你有志于改变自己的命运,在商场上成就一番事业,不妨按照书中所说,亲自尝试一下。

经商的道路有千万条,赚钱的方法有千万种,但是经商的经验是一样的。运用之妙,在乎一心,本书把阿里巴巴打开财富之门的口诀教给了你,还要靠你自己的实践。

如果你渴望成为百万富翁,想迅速学会赢得财富的妙法;
如果你要了解新世纪做什么生意的最赚钱;
如果你想成为现代商业社会中的赚钱高手;
如果你想学习和借鉴别人的成功与失败的经商经验;
如果你想把你头脑中的知识变成实实在在的物质财富;
如果你希望在经商的人生旅途上少走些弯路;
如果你想涉足商海,大展宏图,但有些困惑找不到解决的方法;
如果你想遨游商海,搏击财富……
请尽快阅读本书的 100 条经验吧!

目 录

第一章 怎样成为精明的老板

经验 1:拥有精明的经商头脑	1
经验 2:培养自己的“老板气质”	6
经验 3:做一名上进的老板	9
经验 4:博大的宽容精神	11
经验 5:经商必备成功素质	15
经验 6:经商先做人	20
经验 7:老板的真实本色	22

第二章 怎样进行顺利创业

经验 8:周详完善的创业计划	27
经验 9:不能等万事具备了再创业	32
经验 10:创业带来好运气	34
经验 11:如何抓住创业机遇	36
经验 12:兵马未动,粮草先行	38
经验 13:细分创业市场	41
经验 14:学习成功创业的经验	45

第三章 怎样小投入获大利

经验 15:创新能够一本万利	48
经验 16:无中生有的方法	53

经验 17:搞出自己的特色	55
经验 18:白手打天下	59
经验 19:掌握创造商机的法宝	63
经验 20:动脑就赚大钱	67

第四章 怎样高效投资理财

经验 21:抛弃不当的理财方式	70
经验 22:资金的生命在于运动	74
经验 23:及时判断可能的呆账	77
经验 24:精心设计每个财务环节	80
经验 25:最低成本的财务运营	87
经验 26:灵活利用股市赚钱	90
经验 27:精明投资,财气两旺	97

第五章 怎样加强管理功效

经验 28:大事小情都要立规矩	103
经验 29:分工合作,求同存异	105
经验 30:积极轻松的幽默管理	112
经验 31:走出家族管理的误区	116
经验 32:在管理中重视夸奖的作用	119
经验 33:及时纠正管理中错误	121
经验 34:加强科学的量化管理	124

第六章 怎样经营出效益

经验 35:经营有道	126
------------------	-----

目 录

经验 36:借船出海的诀窍	129
经验 37:轻装简行经营术	131
经验 38:预见商机,大胆经营	136
经验 39:用信息指引经营	141
经验 40:经营有术,生意兴隆	143

第七章 怎样把握营销的艺术

经验 41:推销需要热忱	147
经验 42:用幽默发展你的客户	149
经验 43:尽快建立自己的销售体系	153
经验 44:将客户编成一个网络	156
经验 45:现代推销就是攻心之战	158
经验 46:推销商品的同时推销自己	162
经验 47:诱导顾客购买	165

第八章 怎样用好人管好人

经验 48:企业的用人之道	173
经验 49:招聘人才的艺术	178
经验 50:用人的重要标准	181
经验 51:千金易得,一将难求	184
经验 52:支付员工薪酬和秘诀	186
经验 53:让员工遵守规章制度	192
经验 54:如何正确批评你的员工	196

第九章 怎样激升竞争能力

经验 55:有钱大家赚	201
经验 56:随时掌握同行的动向	203
经验 57:全盘考虑,竞争致胜	206
经验 58:确定正确的竞争策略	210
经验 59:如何防御新对手的挑战	215
经验 60:商业竞争的宜忌	218

第十章 怎样运用广告的魅力

经验 61:好广告创造奇迹	225
经验 62:好酒也怕巷子深	228
经验 63:成功的广告策划	230
经验 64:广告宣传的宜忌	234
经验 65:一鸣惊人的广告	238
经验 66:广告贵在创意好	241
经验 67:广告艺术的六大绝招	244

第十一章 怎样进行商业谈判

经验 68:备战商业谈判	251
经验 69:商业谈判的宜忌	255
经验 70:高超的谈判方略	258
经验 71:实用商业谈判术	262
经验 72:商业让步的技巧	266
经验 73:谈判中的“智”与“量”	267

经验 74: 间接谈判的优劣与技巧	270
-------------------------	-----

第十二章 怎样防止商业的诈骗

经验 75: 底牌不可露	273
经验 76: 假戏真唱经营法	275
经验 77: “君子协定”靠不住	278
经验 78: 掌握防诈技巧	280
经验 79: 尽量做到银货两迄	285
经验 80: 如何识别“皮包公司”	289
经验 81: 避免上当受骗的方略	291

第十三章 怎样收回债款

经验 82: 及时回收货款	296
经验 83: 摸清债务人的境况与心理	301
经验 84: 讨债的关键措施	303
经验 85: 立竿见影的讨债方法	308
经验 86: 讨债六大妙招	315

第十四章 怎样规避商业法律

经验 87: 用商法保驾护航	321
经验 88: 谨慎保护自己的权利	324
经验 89: 再不能缺乏法律意识	328
经验 90: 别把逃税当节税	330
经验 91: 最好不要惹上官司	332
经验 92: 订立合同时应注意哪些事项	335

第十五章 怎样守好基业

经验 93:渡过难关的方法	339
经验 94:把握生意进退	342
经验 95:居安而思危	345
经验 96:不要在狭小的圈子中打转	350
经验 97:选好产品方向,确保万无一失	355
经验 98:控制不必要的花销	358
经验 99:真正的失败是放弃努力	360
经验 100:做自己的对手,战胜和超越自我	362

第一章 怎样成为精明的老板

经验 1:拥有精明的经商头脑

能否成为成功商人的关键,在于其对事物的感受能力。

一个商人如果想让自己获取更大的成功,使自己的事业获得更为充分的发展,就应当意识到,在日益激烈的竞争中,单纯依靠过去的所谓意志、体力去拼搏是难以获得成功而成为胜者的。一个成功的商人依靠的是灵活、敏锐的头脑和科学、丰富的经营感觉去决定胜负。所以一个立志做一名成功的商人的人必须不断地掌握知识,磨练经营感觉,培养掌握许多与经营感觉相对关联的东西。

1. 磨练商业头脑和经营感觉

在现代经济社会中,依靠苦干的时代已经过去了,现代需要的是头脑和感觉。丰富的知识,灵活的思考,速变的大脑,敏锐的直觉,丰富的感性——这些都是通向胜利的法宝,所以想要成功的每一个商人都应当集中精力磨练商业头脑和经营感觉,必须不懈努力。

首先对于商人来说,进行训练和学习的自主性很重要。商人是以自己的意志为基础的人,因此,从学习的阶段开始,如果不是以自己的意志为基础,那么就不能培养出最为重要的作为商人的感觉。所以商人应当主动地学习,自费向自己投资。

其次对于商人来说,所谓的商业头脑、经营感觉并非一朝一夕能够掌握的,需要日积月累的努力。例如,磨练商业头脑需要学习知识,吸收知识可以短期集中进行,但知识要变成自己的血肉,成为自己头脑中的一部分则只有靠每天的积累。比起一个星期的集中学习,一天抽出十分钟、二十分钟都是有效的。总之,每天不间断地坚持下去,掌握的内容会更多。即坚持就是力量。正因为坚持,知识才会变成智慧,头脑才能变得聪明起来。

另一方面,从经营感觉来说,一点点地积累和培养更为重要。商人应学会从日常的生活方式、生活态度、意识等方面去培养。对于每天所遇到的事物怎么看待、怎么吸收,对眼前的事物怎么感受、怎么思考,要从这当中一点一点地磨练下去。你会逐渐意识到,那是积极的,不需要装模作样就能做到的努力。

2. 培养敏锐的商业意识

能否成为成功商人的关键,还在于其对事物的感受能力。若无其事地在街上漫步,无心人往往什么也感受不到,而有心人,如经常寻找新事业发展契机的商人,对一些事物和现象就会有所印象,而且牢牢地刻印在大脑里。糊里糊涂过日子的即使有所感受,也不过是停留在表象上。具有目的意识的人会将它作为“情报”来接受,根据不同的情况,从事物和现象中会发现其对人生或生意的启示。现代正是感性市场的时代,怎样抓住消费者的兴趣并将其表现出来,已作为重要的战略方式被提上议事日程。

对于怎样看待事物,怎样去感受,作为一个商人应多想想。“为什么呢?”,要有这样的疑问。这正是一个商人最必要的感受方法。“为什么”的思考是探究、摸清事物本质的出发点。只对跟前的事物照原样接受,是不能看穿其本质的。比如,在咖啡店喝咖啡,觉得很好喝,没有“为什么”的思考的人仅此而已。即使稍好一点的人,也至多是对朋友亲人说:“那儿的咖啡味道不错”,仅达到这样传播情报的程度。有“为什么”的思考的人 would 去探究那种咖啡

为什么好喝,确认其是用什么煮的,探究咖啡豆的种类和搅拌方法,有机会时直接询问老板其秘诀。进一步探究的话,会明白咖啡其本身的味道,尽管如此,其实店内的气氛也有相当的影响。就这样,对“为什么”的思考挖掘下去,从感到咖啡好喝入手,自己会得到各种各样的情报。在生意的舞台上,其差异会如实地显现出来。有“为什么”的思考的人在发现异样现象时,会力图去抓住其原因。比如,更容易识破客户公司的经营危机,也更容易从部下的细微行动察知其生活上的异常。对事物没有疑问的人对这些事感觉迟钝,不会采取先下手的政策,往往被置于被动。这样的话,做不了成功的商人。不管怎么说,生意都是先下手为强。总之,新事业的契机常常缘于“为什么”的思考。

3. 磨练精确的数字感觉

并不是每一个对数字敏锐的人都会成为优秀的商人,但是,优秀的商人会牢牢地把握企业的数字,所以,使企业倒闭的商人则几乎都是数字盲。

有些商人一说到“数字”两个字就不行,他们对预算表几乎毫不过目,全部都托付给财务负责人,而只过问“总的说本季度或本年度赚了多少钱”就完事了。即使他们知道企业的金库和银行存款上还有多少现金,但对有多少借款和欠款,有多少赊账和收受票据等,全然没有任何把握,当然,对目前企业有多少固定资本,负债多少等等更是一概不知。即使他们了解月度、年度的大概销售额,但大脑中却全然没有成本等费用的数字。这样的商人显然令人对其企业的去向不得不抱着极大的不安。

经营与数字有着密不可分的关系。商人们很早就使用了算盘,现在用算盘的人少,但算盘感觉却是商人不可缺少的。也就是说,金钱和物品的出入要如数清点,从数字方面要正确地加以把握。

在计算机已经普及的当今,替代算盘的是在自己的办公桌上

放置电脑,在监控画面上检查数字。实际上,不少中小企业老板办公室的桌子上的确放置着电脑,不过,当作装饰品的情况却屡见不鲜。

不论在什么时代,商人都非和数字打交道不可。可以说经营可以全部概括为数字。讨厌数字的老板,连公司现在的所在地都把握不住,却在掌舵,对于老板自身,对于员工,这都是非常可怕的事。

4. 掌握敏锐的金钱感觉

金钱感觉是商人必须掌握的一个部分,是非常重要的感觉。老板对公司的金钱必须严格把关。公司的金钱不仅限于现金,还包括原材料、商品、设备,必须把这所有的一切都反映为金钱。老板动用的金钱数目越大,人对金钱的感觉就会变得越麻木。公司的规模越大,老板所动用的金额必然就会增大。日常动用巨额金钱时,小额钞票常常显得像垃圾一样不予重视。如果每天操纵着 10 万元、100 万元那样巨额的现金,那么对一两万元就变得无所谓,则并不足以为奇。

有一位老板在公司资金筹措紧迫时,却每天将 1000 元至 2000 元的钞票扔在酒馆里。一边说着还差二三百万元,一边却将公司的钱如汤水般抛撒。的确,一天即使节省了 1000 元,对于筹措的 100 万元算不了什么,但是如果人们探究其资金筹措紧迫的原因之后,必然会考虑借债或贷款风险,而断绝借其款项的念头。

果然,这位老板最终使公司倒闭了。俗话说,一分钱憋死英雄汉,不会珍惜小钱的人干不了事业。

不是说要吝啬,也不是说对金钱总是做精细打算,对自己囊中的金钱稍微大方一点没有什么关系,但是,对公司的金钱一分也不能浪费。

一分也不能浪费并不仅限于现金,不用说商品,就连原材料、燃料、劳动力都不能浪费。它们虽然没有露着金钱的面孔,但在公

司的经营活动中与金钱相同。

对金钱以外的东西,不少人都不具备以金钱的眼光去看待的感觉。因此,不少人看重金钱,却在不断地浪费商品和原材料,这些人也属于金钱感觉薄弱型。

举一个身边的例子。假设借给了邻居 1 万元,到了约定的日子却没有还,心情非常坏。不论过了多久仍然没还,于是怒上心头,从此不再理那邻居。

再者,假设某一家商店向邻家赊了 1 万元的商品,买东西的这方因为听到“什么时候付钱都可以”,不久就把这事完全忘记了,没去付钱。邻家的商店不久也忘记了,到结算的时候才想起,但是,已经是好几个月前的事了。碍于难索取,于是,店主便说:“唉,算了吧!”不了了之。

前者对现金得不到偿还怒上心头,后者因为不是现金是商品而变得慷慨大方,可以说这完全是感觉的差别,实际上两者都遭受 1 万元的损失。后者由于不是从金库支出的 1 万元,没有感到那么心痛。店主在计算损失时认为,不是 1 万元,而是进价的 6000 元吧!从金钱感觉来说,太过于迟钝。

把商品看作与标注的价格相等的现金,才是敏锐的金钱感觉。1 万元的商品货款呆账了,必须看做是 1 万元的现金损失。一般在货款不能收回时,商人常以进价和制造成本来计算,这种感觉实在太天真。如果接受了 100 万元的票据,应该有借出了 100 万元现金的感觉,如果具有了这样的感觉,就不会那么简单地接受票据了。

退货也一样,如果有 100 万元的商品退货了,那么就等于是从公司的金库支出了 100 万元现金。这样的感觉往往使创业者有一种深刻的危机意识,将会更为谨慎地面对自己企业的经营活动。

经验 2: 培养自己的“老板气质”

能对个人行为负责的人是一个合格的人,而能对群体责任主动承担的人便是一个优秀的老板。

作为老板,你拥有自己的公司和自己的员工,你首先应该明白,你跟你的员工之间是平等的人,从这个意义上说,你是毫无特权可言的。甚至你手中“赏罚”的权力,都必须是在员工认可的前提下,说到底还是靠不住的,当员工炒你的“鱿鱼”时,你会发现一切的“赏罚”都会变得毫无用处。那么,你用来体现自己的老板意图呢?很多老板都会不约而同地告诉我们同一个答案:威信。

威信是一种客观存在的社会心理现象,是一种使人甘愿接受对方影响的心理因素。任何一个老板,都以树立威信为自己的行为目标。威信使员工对老板产生一种发自内心的由衷的归属和服从感。这有一点精神领袖的味道,实践表明,当一个组织的行政领袖和精神领袖重合的时候,那么这个组织的战斗力将得到最大的发挥。当二者不同的时候,组织中的普通人员更倾向于行政领袖,优秀人员更倾向于精神领袖。

那么,如何衡量一个老板的威信呢?下面的“四力”是主要标志:

1. 巨大的感召力

老板的命令有人执行,令出则行,禁出则止,一呼而百应,不但接受指挥的群众所占的比重大,而且指挥的灵敏度很高。

2. 磁石般的亲和力

老板应能成为一个被欢迎的角色,使员工能主动接近你,主动缩短心理距离,乐于向你袒露心胸,乐于听你的教诲。