

不求人

成

功

手快出生意 嘴快揽买主

经营靠口才 死店活人开



成功的小本生意与口才

国际文化出版公司
亿军 编

目 录

第一章 发家致富从小本生意开始

1. 小本生意助你成功 (1)
2. 小本生意是你通财之路 (3)
3. 家有万贯, 不如开店 (4)
4. 利从本生, 将本求利 (4)
5. 小本生意是明智选择 (5)
6. 自己闯世界 (7)
7. 小本生意好处多 (7)
8. “地利”帮你赚大钱 (8)
9. 好店名可产生奇妙吸引力 (10)
10. 盲目经商是大忌 (12)
11. 店有雅号客自到 (13)
12. 经营言利, 天经地义 (14)
13. 不怕生意小, 只要服务好 (15)
14. 开店资金何处筹 (15)

第二章 生意人士具备的要素

15. 如何当老板 (17)
16. 自信是成功的条件 (19)
17. 经商要知商 (19)
18. 时间就是金钱 (20)

19. 笑脸迎人，和气生财	(21)
20. 死店活人开，经营靠人才	(22)
21. 把生意看作你的情人	(23)
22. 生意兴旺的法宝	(24)
23. 文明经商，买卖兴隆	(25)
24. 问遍千家成行家	(26)
25. 嘴快揽买主，手快出生意	(26)
26. 早作准备，发财有路	(27)
27. 消除烦恼的方法	(28)
28. 培养你的创造力	(29)
29. 生意人十八忌	(31)

第三章 精灵的生意眼助你成功

30. 做什么生意好	(32)
31. 摸清行情，百战不殆	(33)
32. 准确掌握市场信息	(35)
33. 经理站柜台，信息从中来	(37)
34. 人情即货情	(38)
35. 早抢头市，晚拾遗市	(39)
36. 逢快莫快，逢滞莫懒	(39)
37. 风险小赚钱快的小生意	(40)
38. 小生意不做，大生意不来	(41)
39. 船小易调头，店小巧经营	(42)
40. 眼光瞄准“遗忘的角落”	(43)
41. 人无我有，人有我新	(45)

42. 人优我廉，以廉取胜	(46)
43. 人有我早，贵在及时	(46)
44. 人弃我取，人取我予	(47)
45. 抢饮“头啖汤”	(49)
46. 夹缝中巧生存	(50)
47. 货问三家不吃亏	(51)
48. 善于讨价还价	(52)
49. 货畅其流，物尽其用	(52)
50. 常去邻家看，生意不清淡	(53)
51. 生意三件宝，人好货好信誉好	(55)
52. 薄利多销，诚实取财	(56)
53. 信用是经商之本	(57)
54. 一业为主，综合经营	(58)
55. 当你的生意赚到了钱的时候	(58)
56. 经商离不开算账	(60)
57. 生意兴隆通四海，财源茂盛达三江	(61)
58. 灵机一动新招来	(62)
59. 别出新裁，奇招制胜	(63)
60. 独资、合资利弊谈	(64)

第四章 奇特的经营推销术

61. 品种越全，生意越好	(67)
62. 风流商人，俏丽商品	(68)
63. 主随客便，货随人愿	(69)
64. 变滞为热，变死为活	(70)

65. 形形色色的推销术	(70)
66. 生意要成, 为客参谋	(77)
67. “99”的妙用	(78)
68. 柜台上的心理学	(79)
69. 特色的系列化服务	(80)
70. 适口者珍, 适需者畅	(82)
71. 大生意要走, 小生意要守	(82)
72. 善用“待乏”原则	(83)
73. 对男士细心, 对女士耐心	(84)
74. 出门观方向, 买卖分对象	(85)
75. 店容店貌要包装	(86)
76. 不要拒绝小生意	(87)
77. 大生意防跌, 小生意防歇	(88)
78. 使有限资金发挥最大效益	(89)
79. 小店买个便, 大店买个全	(90)
80. 巧妙招徕常客	(91)
81. 雇用推销员帮助推销	(92)

第五章 谈生意艺术

82. 商谈者的特别素质	(94)
83. 洽谈生意的礼仪	(95)
84. 你如何交换名片	(96)
85. 座位的妙用	(97)
86. 谈判之前巧筹划	(98)
87. 正式谈判之外的学问	(100)

88. 洽商之大忌	(101)
89. 不要轻易泄露底牌	(102)
90. 探明虚实, 再作定夺	(103)
91. “最后出价”及其破解	(104)
92. 洽谈时把握时机选择进退	(105)
93. 利用对方的心理弱点	(106)
94. 打破僵局的方法	(108)
95. 生意场上“让步”规律	(110)
96. 防止愚笨的让步	(111)
97. 疲劳应战后患无穷	(112)
98. 小心得寸进尺	(113)
99. 拒绝的艺术	(113)
100. 对付假出价的策略	(114)
101 投石问路, 掌握主动	(117)
102. 说服对方的要诀	(119)
103. 故意失踪及其对策	(120)
104. 电话商谈的优劣	(121)
105. 如何促成洽谈圆满结束	(123)
106. 切忌轻易预付货款	(125)
107. 买主的基本谈判资本	(126)
108. 卖主的基本谈判资本	(127)

第六章 管理的艺术

109. 成功管理的要素	(129)
110. 管理的陷阱	(130)

111. 驾驶时间, 提高效率	(131)
112. 把钱用在点子上	(132)
113. 降低成本的有效途经	(134)
114. 快不等于冒失	(135)
115. 老板并不是超人	(136)
116. 老板要与雇员同甘共苦	(137)
117. 调换岗位对工作有好处	(138)
118. 运用激励机制激发雇员进取心	(139)
119. 不断修正错误	(140)
120. 信任员工, 事业更旺	(141)
121. 用人唯才不唯亲	(142)
122. 手下留情, 鼓励“犯错误”	(143)
123. 注意同推销员交朋友	(144)
124. 生意失败归根到底是管理不善	(145)
125. 和谐与制衡使企业协调发展	(146)
126. 恩威并施, 维系人心	(149)
127. 与员工同乐	(153)

第七章 小本生意的广告艺术

128. 经商离不开广告	(155)
129. 形形色色的广告宣传	(156)
130. 货卖一张皮	(157)
131. 树立自身的良好形象	(158)
132. 一分广告十分利	(159)
133. 王婆卖瓜, 自卖自夸	(159)

134. 有口皆碑是最好的广告	(160)
135. 广告虚夸, 等于自杀	(162)
136. 门前不挂牌谁知你卖汤	(162)
137. 橱窗妙, 生意到	(163)
138. 不花钱的广告	(164)
139. 优良广告, 制作有方	(165)
140. 广告制作十五忌	(166)

第一章 发家致富从小本生意开始

1. 小本生意助你成功

小本生意又称小型商业、小型企业。什么程度的规模才算小呢？不同的国家有不同的标准。在美国，按照有关方面制定的标准，零售商及服务业年销售额在 100 万美元以下的当作小型商业，但实际上有 70% 的公司商号，年销售额在 20 万美元下。在我国，现在还没明确的划分标准，但按照我国的总体经济实力，人们往往把 5 万元人民币以下的投资规模都称为小本生意。

一般来说，小型制造厂、加工厂、零售店、批发店、服务性行业都属小本生意的范畴。它的特点是资金少、员工少、经营范围较窄。

在我国随着改革开放的不断深入，小本生意有着广泛的前景，它对国民经济的发展和人民生活所起的作用越来越举足轻重。即使在高度工业化的国家，小本生意也是方兴未艾。

日本的制造业，大公司同小公司互相依赖而生存，因为

大规模的汽车制造厂、电器厂、家庭用具制造厂都需依靠小型卫星厂制造很多零部件供他们装配产品。实际上，一家大制造厂需要几百家甚至上千家小厂为他服务。

服务业的一大特点是不易自动化。一个侍者只能照料有限的食客，一个理发师也只能为有限的顾客理发。随着人们购买力的增加，人们对衣、食、住、行、消闲、玩乐的要求越来越高，服务业也越来越欣欣向荣。

至于买卖业，小商店的成功在于小巧灵活，成本低廉。小商店除了能够为顾客提供一些大商场无法买到的东西外，还可以提供更便利、更优质的服务，使顾客更易亲近。虽然大商场为了独霸市场，每年花费数以万计的金钱制造气氛、招徕顾客，但顾客仍乐于光顾小商店。

“大的才好”的时代已经进去，“小的也好”的时代已经来临。

经营小本生意也能发大财，当代许多有名的大亨、富豪，都是以经营小本生意开始而发迹的。有“船王”之称的香港环球航运集团主席包玉刚，当初仅经营一条破旧的烧煤货船，用了 20 年的时间，终于发展成为庞大的远洋船队。

香港大亨李嘉诚，小时丧父，家贫，为了生计，14 岁就兜胶花，沿街叫卖，干了 3 年，还到一间生产塑料胶花的工厂做了 5 年工人，22 岁的时候，用平时省吃俭用积攒下来的几个钱，自立门户，开设一间小小的塑料加工厂，生产胶花。由于经营有方，小厂越做越大，到了 60 年代中期，他已成为香港妇孺皆知的大富翁了。

日本松下电器公司的创始人松下幸之助，最初经营的是一间生产普通电源插座的家庭小作坊。但是现在松下公司的

家用电器遍及全球，其营业额居日本家用电器行业之冠。如果你没有大笔遗产可继承，那就脚踏实地干吧，小本生意一样能助你成功。

2. 小本生意是你通财之路

以“通财路”比商业，是十分形象的。“通财路”可以作两种解释：一是沟通财富之路；二是发财致富之路。

商业作为生产和消费的中间环节，这种地位决定了它的基本职能就是通过“为卖而买”的买卖活动来媒介商品交换。

既然进行商品交换，就必须把各方面生产的商品组织起来，无论是山南海北的，工业农业的，都要经过商业部门进行交换。商业成了社会财富的集散地，像个大百货店一样。所以说商业是沟通财富之路，同时，商业部在组织交换中，从低价进，高价销的差价中也赚到了利润，成为发财致富之路。

市场、这里指的是商品交换的场所，也是小商品生产者买而卖的集散地，所谓“市者天地之财具也，而万人之所和而利也”山南海北的商品财富集中到市场，市场就成为了聚宝盆。人们需要的任何货物，都可以从市场直接取得，无需亲身登山入海去寻求。

3. 家有万贯，不如开店

家有万贯资财，确实算富有了。但人常道：“死水怕的勺子舀。”家庭虽然资财不少，但一天天舀下去有减无增，总有用完的一天，富有终究会变成贫穷的。如果用钱去开店、办厂、去做生意，那情况就大不相同了。因为，钱一旦用于开店，便成为处在流通领域中的一种职能资本。它的职能便是实现价值和剩余价值。我们知道，货币经过商品再回到获得带有加量的货币，就是商业资本的周转。这样，商业资本周转越多越快，开店赚的钱也就越多，只要愿意把店开下去，资财就会不断地增加下去，这比起万贯死财来说，当然要好得多了。

从上述的理论对我们今天从事经济工作有两点重要启示：一是它告诉我们商业在积累社会财富方面有着积极的作用，同样，小本生意也能为你积累财富；二是它告诉我们资金只有在不断反复运动中才能发挥其增值价值的作用，为此建议你把闲置的资金投入循环和周转的运动中去，并且尽力缩短资金周转时间，加速资金周转速度，提高资金的利用率，以便更多地增加社会财富。

4. 利从本生，将本求利

如果把“利从本生”理解为利润是从资本产生的，即像

有些人说的“钱能赚钱”那样，就是不对的。因为，资本不会直接产生利润，钱也不能直接生钱。资本只有通过工人的生产劳动，才创造出剩余价值；钱也只有变为资本，通过工人的剩余劳动，才能赚到钱。因此要获得利润就必须投入一定数量的资本或资金，马克思曾把货币资本当作办企业或资本运动的第一推动力和持续的动力，拿现在的商业活动，只有预付一定数量的货币资金，购进商品，然后卖出去，才能从中赚得购销差价，也就是我们所说的企业毛利。由此可见，没有一定的预付资金，利润是不可能得到的，从这个意义理解，利从本生，以本取利是有道理的。

5. 小本生意的明智选择

人生是金钱，不，人生是爱情……不管怎样认为，生活在商品经济的社会，每个人都不可缺少金钱，所以要努力工作。如果有闲暇发牢骚说工作太辛苦的话，还不如进一步寻找赚钱的手段。随着商品经济的发展，就业机会增加，若你发觉自己所走的道路选择错了的话，那就该果断地另寻出路。

就是在登山时，也有好几条路。既然有近路也有远路，选择其中哪一条路，这是登山者的自由。

老是发牢骚和表示不满的人，是因为光使用同一种手段的缘故。

在人类之中，既有手长的人，也有手短的人，既有高个儿，也有矮个子。工作之中，也有适合于某人的和不适合于某人的。有句话叫“人尽其才”，对某个人来说，找到完全

适合的工作是十分必要的。

大学刚毕业时年龄尚小，能够判断该把自己一生托付给何种工作的人是不多的。只有到组成了家庭，有了孩子，懂得社会构造之后，才能作出这种判断。在这种时候，若认为现在的工作对自己不合适，那就设法寻找另外的工作。

要辨别现在的工作对自己是不是合适，这是很简单的。凡是早晨睁开眼睛，不愿意到公司上班的人，在去公司上班的路上感到脚步沉重的人，就是现在工作与自己不适合。在这个时候，还是及早寻找另外的工作为好。

若早晨醒来想到的是，好，今天去好好地干吧。那么，这种工作就是与自己适合的工作。应该从事的就是这样的工作。

经常申请休假的人，多半是因为厌倦工作才申请休假的。

这样说来，很容易产生工作就是生活目的的这样的错觉，但工作到底只是为了活下去而采取的手段。请不要忘记，人生的目的在别的地方。

要问人生的最终目的究竟是什么，或许谁都无法回答。像我们这样的凡人，只知道人类是为了这世界而活着，仅此而已。

为了生活，有人想方设法要赚钱，并不是另找工作，而是打算干脆辞职，搞个体经营。

不过，会赚钱也是一种才能，没有才能的人无论怎样渴望赚钱，还是发不了财。

6. 自己闯世界

这不能一概而论，从服务社会的角度来看，上公家班和独自经营是一样的。人各有志，如果你希望自己发财，如果你希望自己的生活充满挑战和冒险，那么就来吧，到像战场一样的商场试一试。美国每年新出现的百万富翁有数万人，也许是得益于美国人凡事都“试一试”的进取精神。

当然，如果你一时无法筹措以自立门户的资金，那就忍气吞声当几年打工仔吧。把裤带勒紧，把薪金攒到起码的资本，也学到你所干那一行的必要专业知识，就立即退出别的家门，自己闯世界去！

7. 小本生意好处多

经营个体小本生意有许多优点：

一、独立自主

大多数小本生意的负责人都是老板，他们享有自己安排工作的自由，在遵纪守法的前提下，想怎样干就怎样干，淋漓尽致地施展自己的智慧和才干，而不必看别人的眼色，不受有意志的支配。

二、致富机会

只要经营得法，小生意也能赚大钱，比“铁饭碗”或替别人打工所得的报酬多得多。

三、工作保障

当一个人拥有自己的生意时，工作便得到保障，想做多久就做多久。

四、具有挑战性

具有独立人格的人，都有自我追求的价值观，他们希望在激烈的竞争中证实自身的价值，他们欣喜地品尝着竞争的激奋、胜利的快意，也乐于体验挫折的痛苦。因为胜负的结果取决于自身的能力，挑战带给他们心理的满足和生活的乐趣。

8. “地利”帮你赚大钱

打仗讲究“天时地利人和”，商场如同战场，也需要“天时”——把握机会，“地利”——选个好地点，“人和”——上佳的经营管理。有人说，选择最好的开店地点，生意就差不多成功了一半，这话有一定道理。

如果一间本来很兴隆的零售店，因为店主嫌铺面太小而搬到非闹市区去，即使你的店面扩大了3倍，营业额也不一定比原来的小地方高。其原因大家都清楚——地点偏僻，顾客稀少，你只好成天“拍苍蝇”。

如何选最佳的地点开店更容易赚钱呢？

一般地说，每个城市都有5种基本的地域类型：中心商业区、次级商业区、成排街头商店区、居民街坊区、郊区。

一、中心商业区。每个城市的中心地带，是主要商业活动的集中点。这个区域的主导力量是百货商店、自选商场等大型商号，商品的品种繁多，规格齐全，客流量大，且多是

身带相当数额现款有心购物的顾客。如果这个地带有面积较小的店面出租，即使贵一点，也应争取到手——只要你手头拥有足够的资金，然后你可用来专卖高档服装、快餐食品等效益较高的生意。

二、次级商场区。是指中心商业区的外围或边缘地带。这些地方租金和不动产价格比闹市区低廉，交通不那么堵塞，行人不那么拥挤，因此带有娱乐性和优雅气氛的服务较受顾客青睐，如娱乐场、咖啡厅、健身房、家具店、书店等，对顾客都有很大吸引力。

三、成排街头商店区。一般专卖同类型的商品，为同一阶层的顾客服务，如五金、日杂、修理、花鸟等。如果你想在“山货土产街”开一间妇女时装店，那就错了！如若不信，你试试看，一定蚀到你不清不楚，勿谓言之不预也。

四、街坊区。是居民区的中心商业区。街坊区吸引着步行或骑车的附近居民的顾客，这些商店大多为顾客提供方便的货物或个人服务。街坊区通常适宜开办全日营业的饭店、修理店、药店、水果、蔬菜店，食杂店、理发店、干洗店、烟酒店、日用百货店等。

五、郊区。对于有些企业来说，所处位置跟成交额并没有太大关系，因为他们可以通过邮购、运送专车等向顾客提供商品或服务，比如邮购、制造业、加工业等。所以，你如是要办一间小工厂，小车间，最好到租金低廉、安静开阔的郊区去。

商品（或服务）的质量重于商店的地址，商店地址重于商店的规模。一旦你决定办厂或办店，必须对所选地点作全面的考察，了解这个社区人口数量的结构、经济发展状况、