

SHANGWU BAODIAN
CONGSHU

何建忠 编



丛书

商务宝典

经商的诀窍



战场与商场的准备

缺点，也是一种卖点

个性就是品牌的生命

新疆青少年出版社

中南大学图书馆



000046456

29.419
JSD

商务 宝典丛书

经商的诀窍



新疆青少年出版社

图书在版编目(CIP)数据

经商的诀窍/何建忠编. —乌鲁木齐:新疆青少年出版社, 2003.12

(商务宝典系列丛书)

ISBN7-5371-4449-4

I. 经… II. 何… III. 商业经营-基本知识 IV. F715

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第005187号

经商的诀窍

何建忠 编 责任编辑:鹿坤

出版 新疆青少年出版社

地址 乌鲁木齐市胜利路100号

邮编 830001

电话 0991-8552910

发行 新疆青少年出版社

印刷 长春市东新印刷厂

开本 850×1168毫米 1/32

印张 12.5

字数 250千字

版次 2003年1月第1版

印次 2003年2月第1次印刷

印数 1-5 000

ISBN7-5371-4449-4/Z·103 总定价(1-4册)·100元(精装本)

总 序

人，一定要争气。

一个人能争气，他的生命是彩色的；一个人不争气，那么他的人生注定一片黑白！

不可否认，人的价值是无法用金钱来衡量的；同样不可否认，在商品经济的社会里，金钱是衡量一个人价值的因素之一，而且，往往是颇重要的因素。“笑贫不笑娼”也许有点夸张，但贫穷和卖身一样，丢脸却已经不是什么奇谈怪论。在中国 5 000 年的历史上，“清贫乐道”并不可耻，相反，它常被人们视为高洁品行的标签。为什么贫穷如今变得可笑可耻呢？因为这个时代鼓励创造，你却墨守成规；这个时代提供了无数的机会，你却一个也无法抓住；这个时代已经发生了许多巨变，而且毫无疑问，它将继续发生巨变，你却依然固守着旧观念不求进取，无所事事。所以你贫穷，所以你可笑可耻！

你需要拿出勇气和魄力，在商海中搏击风浪，来证明你的能力和智慧。

商海正如自然的大海，神秘莫测。有时，风平浪静，壮阔的风景让人心醉神迷；但更多的时候，它波翻浪涌，诡谲险恶的惊涛骇浪似乎要吞没一切。有的人几个浪头一打，便不见了踪影；有的人越是风大浪狂，越显出英雄本色，恶浪狂涛，只当是闲庭信步。两者的差别在于，后者拥有尖商智慧。

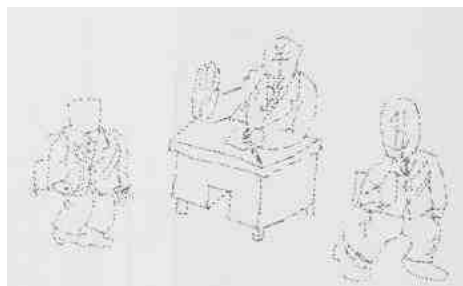
尖商不是奸商，此尖不同于彼奸。奸商者，蝇营狗苟的小人也。此类商人只看到眼前的一点蝇头小利，专爱损人利己甚至损

人未必能利己，常自以为得计，最终却落得个“机关算尽太聪明，反误了卿卿性命”的下场。

尖商的格局则不同，尖商不是虚情假意的伪君子，当然也不是正直迂腐的真君子（此类人在商场会患有严重的适应不良症）。尖商是坦坦荡荡的真小人。尖商不会因贪小利而损害商场伙伴，因为那样会损害自己的长远利益；反过来，尖商同样也不会因为感情用事而错失削弱对手、壮大自己的良机。尖商既有把对手当做朋友的度量，又有把朋友当做对手的冷血。尖商懂得：商海无情。只要是利益所系，敌人可以和你同舟共济；同样由于利益所系，朋友可以对你落井下石。

商场奉行的法则则是大自然的法则：优胜劣汰。在天空、在海洋、在丛林，动物都可以分为两类：猎杀者和被猎者。这个角色不是恒定不变的，猎杀者可能是另一生物的猎物，而猎物又是另一更加弱小的生命的主宰。自然界的生存法则的确可以给我们许多启示：弱小的动物往往以敏捷而善于奔跑，或者，它要有刺、有拟态，有各种各样奇绝的花招；再或者，它们就抱成团，让集体成为自己的保护伞。

商场也是这样一个捕猎场，你要伺机猎杀猎物，也要时刻提防成为别人的猎物。当你还弱小时，你就要善于保护自己。只要首先确保不被吃掉，你才能一点一点地发展壮大，才能从被猎者变成猎杀者。因为你是人，是有智慧的人，你不能靠本能生存，你必须靠智慧生存；你不仅要生存，还要不断变得强大，因此，你必须拥有智慧——尖商的智慧。



引 言

战场是残酷的，双方对阵，不是你死便是我亡。
商场如战场。

商场的竞争也同样残酷，虽然并不流血，却同样刀光剑影，杀人于无形。商场上的战士要把敌人击倒，无所不用其极，商场的艰险和战场的艰险从某种意义上来说，没什么两样。

我们庆幸没有置身于战场当中，但却置身于商场中，要面对同样残酷的风险和危机。所以，要成为精明的商人，你不仅需要军事家的果敢，还需要政治家的谋略；你不仅要有英雄的胆识，还要有枭雄的野心；既要广交天下朋友的人格魅力，又要有六亲不认的铁石心肠。这样，你才能成为笑到最后的人。

经商，就是做生意。

你决定经商做生意了，不想再寄人篱下，不想再看上司和老板的脸色，宁可自己担起一肩风雨，也要成为自己的主人。这并非容易作的决定。做生意的风险，比平平稳稳地打工要大得多。当一个政府官员，月收入两三千元，有假期，有福利，塌实地做，不犯错，不用担心被解雇。但做生意却不同，要能做到收支平衡，才可以维持下去，否则，只有死路一条，惨淡收场，重回打工仔行列。

要把生意做成功，要有一种勇于尝试新事物的精

神。从打工仔跨入老板的行列,已经是一项新尝试。从打工仔到老板,接触的事物更广,要学习的事物可多着哩。就算你是工商管理系的高才生,甚至已取得硕士学位,一样要从头学起,在风云变幻的商海中学习如何游泳。即便如此,你还是可能因一时大意而被淹死。

商场千变万化,绝对不可以一本圣经读到老。社会不断变迁,商场环境也在不断变化,做生意就要懂得不断地自我调适,不能固步自封。谁如果死守着几十年不变的法则,在爱情上,他可以算做情圣;在商场上,那就成了刻舟求剑的愚人了。时势在变,你就要变,只有变化本身是永恒的。奶酪已经没有了,你仍然死守在那里的话,除了饿死,别无指望。

做生意永远不可以停留在一点上,要不断学习新事物,要将生意的点化为“线”,再化为“面”。生意人不可没有理想,但理想却不能脱离现实,要和自己的生意挂起钩来。做生意第一大条件,就是要切实满足顾客的需要,不被顾客接受的东西,就算是金珠美玉,也是没有价值的。道理很简单:顾客就是上帝。

在商场上,没有确立目标,是不容易得到成功的。许多人并不乏信心、能力、智力,只是没有选准目标,所以沉沉浮浮,却始终难成大器。目标决定一生,激励人不畏艰难,充分发掘其潜在能力。聪明的商人有目标,但不会把自己的奋斗目标确立在可望而不可及的位置上。如果不切合个人实际和环境,好离鸢远,一开始就将自己定位为李嘉诚第二,那么十之八九,要落得个心比天高、命比纸薄的下场。

一个人在一生中,每天都在搞推销工作。这种推销是指推销自己的创意、计划、精力、服务、智慧和时间,只有善于“推销”自己的人,才能出人头地,成为成功的商人。顶尖的商人都明白,在商场中推销的首先是自己,然后才是自己所卖的商品。所以中国有句老话,“没有笑脸别开店”。正如鱼在水中生存要会在水中畅游

一样,商人要在商海中生存,必须有一定的交往技巧,才能广结人缘。不过另一句老话你也别忘了:“商场无父子”,不要因为大家已经称兄道弟,就放松了警惕。一位英国政治家说过:“没有永恒的朋友,只有永恒的利益。”政坛如此,商场也如此。当然,我们不是让你别交朋友,如果一个人活在世上,既无亲人,亦无朋友,就算是腰缠万贯,也生不如死。但是,真正的朋友不在生意场上,即使是多年知交,到了生意场,难免他朝不会反目成仇。只有学会社交场上纵横捭阖的技巧,你才能在险恶的商场中应付自如,游刃有余。

这本《经商的诀窍》所讲的,就是身在商场中,你如何充分准备,谋定而后动,灵活运用商场上的兵法、战略、外交策略,作为自保,进而脱颖而出。如此,你便可以在商场上知己知彼,百战百胜。

编者

2001.12



目 录

引 言	1
-----------	---

第一章

商场不败的诀窍 1

诀窍一 把握环境,战胜环境 1

经常检讨生意成败得失	3
未做生意之前先部署	4
市场调查	6
应收缩时就收缩	7
自己创造市场需求	9
懂得造势	11
制造谣言,混水摸鱼	12

诀窍二 人际网络就是商机 15

得道多助	15
良好的人际关系	17
谈话得礼	18
虚心向人请教	20
好客	22
与人深交	24

扩大生意网络	26
注重谈吐仪容	27
真诚待人	29
待客有礼	30
令人容易亲近	32
懂得应酬	33

诀窍三 尖商成功处世之道 35

经常微笑	35
永远不做犯法勾当	36
有说服力	38
忠言逆耳,要听得入耳	40
不要乱选合伙人	41
小财不出,大财不入	43
有错必改	44
懂得看风势	45
乐观至上	47
面皮要厚	48
举一反三	50
衣着合身入时	51
形象要令人佩服和尊敬	53
做人要懂得避忌	54
永远不要自夸	57
奉承之术是必须的	58
懂得看人	60
大智若愚	61



诀窍四 生意策略与战略 65

资本充足 65

认识生意风险 66

不断更新设施 67

击中目标顾客 70

掌握顾客心理 71

现金周转充足 72

产品吸引1 73

产品吸引2 74

成功的生意策略 75

有领导才能 78

下属心服口服 79

有才智才能渡过难关 81

公司组织要有系统 82

量才用人 84

有得力助手,上下一心肯卖命 85

有功则赏,有过则罚 87

垄断市场 88

诀窍五 在商言商 91

懂哪行做哪行 91

肯冒险去搏 92

有银行支持 95

随时可在公众场合演讲 96

不要守株待兔 97

放眼看世界 99

当一个谈判高手	101
理智盖过感情	102
不断求新求进步	104
只贪大利不贪小利	105
时间就是金钱	106
择机改行	108
底牌永远不要让人知道	109
先知先觉	111
洞悉先机	112
懂得借刀杀人	113
把握任何生意的可能性	115
应贱则贱	116
应狠则狠	117
熟悉商场兵法	119
不与官争	120
对敌人永不要仁慈	121
诀窍六 生意人发财的条件	123
有自信心	123
身体健康	125
心理正常	127
有上进心	129
有欲望	130
胆大才能赚大钱	132
不断学习	133
有既定目标,勇往直前	135



全情投入	137
全力以赴	139
有发财心态	140
永不知足才会发财	141
有个好配偶支持	143
配备智囊团	145
谋事在天	147

第二章

商海应对诀窍 149

诀窍七 把顾客变成忠实消费者 151

了解市场才能成为“尖商”	151
找出自己的短处	153
正确的讯息往往来自细节	154
先掌握消费动机,再拟定市场策略	156
你的产品什么时候会被淘汰?	158
你的商品广告有没有效?	160
了解国际市场的大趋势	162
把顾客变成忠实的拥护者	164

诀窍八 扩大市场占有率 166

只有饱和的产品,没有饱和的市场	166
替商品做好市场定位	168
填补市场空位逆向战略	169

打不倒敌人,就和敌人共存	171
创意可以扩大占有率	171
如何让产品一鸣惊人?	173
让产品概念无限延伸	174
根据不同市场制定不同策略	175
诀窍九 你的产品经得起考验吗?	177
如何让产品的销售量扶摇直上? ...	177
你的产品经得起市场考验吗?	178
要先试销,才会畅销	180
把产品彻底商业化	181
价格是产品和消费者沟通的桥梁 ...	182
价钱是商品的价值符号	184
透视顾客内心的价位	186
如何运用廉价战术	187
诀窍十 广告,可以创造需要	191
优惠是一种优势竞争策略	191
薄利不一定就能多销	192
如何面对敌人的“割喉战”	194
文化是广告的灵魂	196
如何让广告充满魅力	197
广告可以创造需要	198
抓住机遇,就能事半功倍	200
想办法黏住消费者的眼睛	201
诀窍十一 缺点,也是一种卖点	203
借公益广告进行促销	203



事件广告必须独具匠心	204
冬天卖冰,有何不行?	206
缺点,也是一种卖点	209
名人就是最好的广告	211
品牌会让商品水涨船高	214
名牌不是高价的代名词	215

诀窍十二 个性就是品牌的生命 217

名称就是一种魅力	217
替自己的品牌取一个“译名”	220
企业品牌是无价之宝	221
个性是品牌的生命	223
如何让自己的产品脱胎换骨	226
建立品牌的色彩语言	228
品牌的延伸战略	230
品牌就是一种文化力量	232

第三章

商场活用兵法诀窍 235

诀窍十三 商场竞争忠奸最难分 237

介定敌友	237
忠奸难分	243
吕布对董卓先忠后奸的启示	246
人心最难测	248

商场作战场的心理准备	253
诀窍十四 战场与商场的准备	265
兵者国之大事,死生之地,存亡之道...	265
商场上的军事资源	269
商场上的将帅兵卒	274
商场上的组织部署	278
明确的行动程序	284
诀窍十五 谋定而后动	289
计划是作战蓝图	289
计划要受控制和监察	297
权术谋略在商场上的应用	303
诀窍十六 商场兵法	310
商人商用《孙子兵法》	310
诀窍十七 商场上的外表	326
人靠衣装	326
护肤、化妆、发型、香水	329
企业靠包装	331
诀窍十八 管理人战略	335
只无为而治,小国寡民	335
“行刑”之道	337
立军令状	339
诀窍十九 商场上的外交	342
人际外交关系的作用	342
弱国无外交	344



避免孤立	349
怎样改善人际外交关系	351
命令就是武器	355
无永远的敌人也无永远的朋友 ...	359
诀窍二十 商场上的外交	361
商场如行军打仗	361
了解身处的环境	365
了解敌情	368
诀窍二十一 把握机遇,抓住商机	371
机遇是主观和客观相互作用的	
结果	371
机遇的力量是神奇的,看你是否	
能抓住它	372
机会到处都有,就看你是否	
抓得住	373
怎样才能抓住机遇?	374
压倒一切的是时机	376
抢占先机,捷足先登	377
观察和利用时机	378
在权衡利弊中作出迅速决断	379