

Bluff your
way in

Small Business

侃

小
生
意

ner or la of the
his or her ow small
There are two reaso

1. For the compulsive
only game in town. W
for slight social advan
will stake everything -
- on his or her abilities

2. Small Business is the b
at last, for reasons that
an activity where the ar
useful optional extra but
determines success or failu
per cent bluff (opinions di
constitutes the other 1 -

course, 1 些 界 图 书 出 版 公 司
smaller. No bluffs
small busin



英式调侃职业推

Bluff your
way in
Small
Business

学院图书馆
书章

侃小生意

〔英〕约翰·温特森·理查兹 / 著
龙志英 陈立平 / 译

世界图书出版公司
北京·广州·上海·西安

图书在版编目(CIP)数据

英式调侃职业指南/(英)安斯利(Ainsley, R.)等著;杜晓青等译.-北京:世界图书出版公司北京公司,2000.10

ISBN 7-5062-4467-5

I. 英… II. ①安… ②杜… III. 英语-语言读物
IV. H319.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 71712 号

Copyright©Oval Projects 1992, 1999

Simplified Chinese Translation Copyright© 2000 by Beijing World Publishing Corporation.

All rights reserved, including the right of reproduction in whole or in part in any form.

书 名:侃小生意

著/译者:约翰·温特森·理查兹 著 龙志英 陈立平 译

出版策划:王小民 杨 钧

责任编辑:赵保国 陈 虎

封面设计:风 子

插 图:风 子

技术编辑:刘 凌

出 版:世界图书出版公司北京公司

发 行:世界图书出版公司北京公司 电话 68250552
68250553 (北京朝内大街 137 号 邮编 100010)

销 售:各地新华书店和外文书店

印 刷:北京牛山世兴印刷厂

开 本:787×1092 毫米 1/32 印张:5.25

字 数:135 千字

版 次:2000 年 10 月第一版 2000 年 10 月第一次印刷

版权登记:图字 01-1999-2452 号

ISBN 7-5062-4467-5/H·327

全套定价:88.00 元(单册定价:8.80 元)

世界图书出版公司北京公司已获得英国 Oval Projects 出版公司授权在中国大陆独家出版发行本书。

版权所有 翻印必究

目 录

使命 /1

职业侃家	1
业余侃家	4

要掌握在生意中“侃”的艺术,首先就得学会怎样辨别蹩脚的侃家。

目标 /7

老派	8
永久决策人	9
家族公司	9
诚实的手艺人	11
古怪型	12

侃家一般不愿显其庐山真面目,甚至内心并不愿意当侃家,而更希望以人们心目中那种可靠商人的形象出现。

商业计划 /15

1. 使命陈述	16
2. 策略	17

3. 财务资料 24

无论何时,也无论你在干什么,能够拿出一张列
有你计划干点什么的纸,是很有好处的。

启动 /33

有限责任还是无限责任	33
公司“名人录”	34
建立自己的王国	39
公司名称的组成	41
帝国风范	43
其他选择	43
树立形象	44

在很多人的心目中完全没有根据地认为公司都
是大规模、有根基、可信赖的组织(都像通用汽
车公司一样)。小公司的老板们对这一切自然
再清楚不过了。

营销 /49

1. 市场调查	50
2. 促销	51
3. 送货	56

任何商业的目的都不外乎引诱别人将钱交给你

(传统上认为必须以某种产品或服务相交换,但现在这一点已不重要了)。

经营 159

确定产品之后,接下来的问题就是如何生产了。
答案是:你自己不生产。按规矩小公司不应生产任何产品。

攻心为上 163

银行经理	63
会计	66
私人助理	66
商业合伙人	67
其他	67

只要你能令足够多的人相信你有自信的资金,
那么有一天你会发现你真的有了自信的资金。

术语表 171

作者简介

CONTENTS

The Mission	1
The Professional Game	1
The Amateur Game	3
Objectives	7
The Old School	8
The Eternal Executive	9
The Family Firm	10
The Honest Craftsman	11
The Eccentric	12
The Business Plan	14
The Mission Statement	15
The Strategy	17
The Financial Data	24
Starting Up	35
To Be or Not to Be (Incorporated)	35
Who's Who	36
Building an Empire	41
What's in a Name?	43
Creating an Image	47

Marketing	51
Market Research	52
Promotion	53
Distribution	58
 Operations	 59
 Dealing with People	 61
The Bank Manager	61
The Accountant	64
The Personal Assistant	65
The Business Partner	66
The Rest of the World	66
 Glossary	 68

使 命

职业侃家

真正内行的侃家迟早都要做起自己的小公司来。原因有二^①：

1. 对于嗜侃如命的人来说，城市生活中还真没有做小公司更有趣的游戏了。不入流的“侃家”充其量不过想在社交场上出点风头而已，而真正的侃家为了证明自己的才智，会不惜把一切拿来下注：金钱，住房，家庭，乃至前程。

2. 小公司是侃家们的根据地。在这里，“侃”的艺术不再只是有用的工具，而是决定胜败的关键因素。小公司就是 99% 的“侃”加上 1% 的其他什么东西。至于那 1% 是什么样子，我们不去评说。

① 注：在生意上一切事情都可以有两种不同的理由——任何决策都存在着两种现成的，但却截然相反的解释。理想的生意人应该是既精明、务实、有经营头脑，又高深莫测有很好的直觉力。当一个人试图对自己的决策做出辩解时会发现，连他本人也很难说清促使他下如此决心的真实理由究竟是什么。置身商海你会时常感到决策的神秘、玄妙和不可言说，或者相反。



当然，“小公司”这个名称用得不太恰当。没有哪位侃家真的满足于做小公司的头，他们可能更想做大买卖，只恨天不由人，很少有人能随心所欲地发展。对大多数人来说，小公司是大企业的必由之路。由小公司起家，逐渐发展，越滚越大而要实现这一目标，最好的办法是让所有的人相信你的小公司已经在做大买卖了。

事实上，小企业想获得机会，就必须使它看起来就是它希望的样子。

小企业的第一条生意经就是：不管人们如何表示欣赏，他们确实无一例外地痛恨小生意。这是因为：

顾客觉得，如果别人都从某家公司购买商品，那这家公司一定比较可靠。

供应商不愿让小公司赊欠。因为他们怀疑小公司不可能定期或大批量订货。

税务官和其他官僚以找小公司的茬为乐事，因为小公司聘不起令他们害怕的高级顾问。

银行家宁愿贷款给经常拖欠巨额贷款的第三世界政府，也不愿冒“风险”贷款给小公司。即使小公司多年来的财务管理无可挑剔，偶尔一次拖欠银行利息也足以令他们失去信用。

其他小公司痛恨比自己出色的小公司；而在比自己经营更差的——哪怕只差一点点——小公司面前却有着强烈的优越感。

银行家宁愿贷款给经常

拖欠巨额贷款的第三世

界政府,也不愿冒“风险”

贷款给小公司……





于是形成了恶性循环：没有人真正信任小公司，没有人愿意给它们机会，所以他们永远都是小公司。要想打破这个怪圈，必须让所有的人都相信小公司

- * 比它实际上成立的时间要早。
- * 产品质量比实际上的要好。
- * 金融实力比实际上的要强大。尤其是：
- * 要显得比事实上大。

业余侃家

要掌握在生意中“侃”的艺术，首先就得学会怎样辨别蹩脚的侃家。与大多数事情一样，原因有二：

1. 与生意人打交道最多的也是生意人。尽管很少有人研究过调侃艺术，但大部分生意人都能凭经验认识到它对自己生意的重要性，也完全能够将那些低估自己而又自以为是的侃家拿来开心。

2. 应当学会如何避免成为蹩脚的侃家，这一点及其重要。聪明的侃家善于从别人的错误中吸取教训。

不入流的侃家只知抓住一个显而易见的事实，即必须使自己的公司显得比它实际上的更有实力。而这对于老道的侃家来说不失为一大幸事。因为前者爱犯一个同样的错误——吹牛吹得离了谱。

这可以诊断为急于讨好病，其症状包括：

a) 谈话间总爱抬出名人的名字以提高自己的身



价,而且到了不顾廉耻的地步。

b)故意用昂贵的行头吸引他人注意,如西装,轿车,办公室等等。你听听这句:“对不起,我把手机忘在我那豹牌汽车里的加西手提箱里了。”

c)炫耀以往的成功经历,哪怕那成功根本不值一提。

最后一点是业余侃家们的致命弱点。无论何时听到这种吹嘘,你都可以得出以下结论:

1. 如果某人将小小的成功看得很重,那这种成功一定不多见,而较大的成功在他更是闻所未闻。这种炫耀恰恰泄漏了其不可靠的本性。

2. 如果某人每次成功后都要吹嘘一番的话,当他(她)不再吹嘘的时候,显然表明他(她)一定没有什么值得一提的事。或者说,如果“牛皮精”们不说话了,那怕只沉默了片刻,也足以说明他确实完了。

同样,那些吹嘘自己有多么忙的人,不过说明他们并不习惯于忙。一般说来,你越想打动别人,就越显得无助。

我们不妨将这些蹩脚侃家拿来与货真价实的企业家作一下比较。学习做生意之前,的确很有必要研究一下那些你打算效仿的成功人士的做派。

成功的企业家对繁忙的工作早已习以为常。昂贵的行头或与有钱有势的人会晤,对于他们不过是家常便饭而已,并没有什么值得吹嘘的。他们的成功经历太多,以至于根本不屑于一谈。事实上,有钱



的企业家会尽量避开那些无聊的淘金者与浪费时间的人(如税务官或其他的企业家)。由于他们已经是人人羡慕的成功者,所以他们用不着为了商业原因而去讨好别人。

请牢记以下几条:

* 假装随便提起名人的名字时,千万不要直呼其名(最好的办法是使用全名,而且说的时候要用一视同仁的语气。这样做可以暗示你对待那些重要人物和一般朋友没什么区别。或者,另外的那些人也同样很重要,他们的重要性只为少数人包括你自己在内所熟知)。

* 不要用财产吸引他人的注意。对这些东西感兴趣的人早在你张口之前就已在脑子里开出了你的财产清单。而如果你显得对自己的财产无所谓的话,他们反倒会对你刮目相看。

* 不要提过去的成功经历。如果谈话过程中提到了这一话题,你可以暗示这样的成功对你来说太多了,太寻常了,没必要述说。

让人感到你既成功又谦虚。关键在于二者间微妙的分寸。

目 标

侃家一般不愿显其庐山真面目,甚至内心并不愿意当侃家,而更希望以人们心目中那种可靠商人的形象出现。

而行业不同,可靠商人的形象也大相径庭。一不留神,就会事与愿违,弄巧成拙。例如:传统的手艺人非要装成商业巨子,那简直无异于自取其辱。同样,如果一个人从事的是充满活力的服务业,其一举一动却像个乡巴佬,也会招致嘲笑。

你必须摸清本行业的习惯,并问问自己:

——活力与可靠,那个更重要?

——顾客对你会有什么样的期待?他们希望你雄心勃勃,还是恭敬谦卑?是侃侃而谈,还是静静倾听?是高科技人才,还是辛勤的手工艺人?

不要自作聪明地轻易采取违反本行业习惯的做法,尽管这对于开拓市场可能会是一个小小的绝招。但是别忘了,人们遵循某一习惯一定有他们的理由。这理由就是:经过多年的实践,人们发现顾客喜欢这种方式。

大多数行业所包涵的要素不外乎来自于以下几种基本模式。如果不信,你可以对所选行业作一番调查。



老派

显著特征：

——有保障：从来不必为职位，权力，或金钱担心。

——几乎任何事情都不能令其动心。也从来不愿讨好别人。

——永远保持无可挑剔的好风度。不仅仅是表面的礼貌，更是真诚地为他人着想。

优势：

——因为难以被打动，所以别人更加想方设法地打动你。

——因为显得对钱无所谓，所以人们在商业交往中充分信任你。一般而言，获得钱的最好办法是假装对钱无所谓。反之，如果不想得到某种东西，最好的办法就是假装很想得到它。

——因为不想打动别人，所以不需要在昂贵的行头方面花大量的钱。这一点对于手头比较拮据的侃家实在不失为一大良策。

劣势：

如果效仿不当，很容易穿帮。要避免被看出破绽，你必须接受正确的训练，并要经常练习（最好是到伊顿公学学上几年，然后到某所以反对进步和改革而闻名的牛津学院呆上数载，再到外事机构及皇家禁卫队练习一段时间）。



永久决策人

显著特征：

——说的不是英语，而是术语（编术语并不费劲。字母及数字的随意组合尤其值得推荐。原因很简单，很少有人有勇气探究它们的含义，因为那无异于承认自己无知）。

——煞费苦心让自己变得非常非常地忙（忙到在会议中不得不经常停下来在笔记里记点什么，安排一些微不足道的约会，或者急不可待地给这人那人打电话，随便改变别人所有关于会议日期与时间的提议，然后提出一个其实并不方便的方案）。

——沉迷于价格不菲的高新技术产品。

优势：

对颇有几个钱的侃家来说比较容易。你不必年轻，也不必显得有社会地位的上升趋势，甚至不必有专业知识。

劣势：

这并不能帮你取得多大成功：这类人从来都意识不到别人是如何地鄙视他们的。

家族公司

显著特征：

——显得颇有根基，特别看重传统。诸如信件