

小故事大道理



小故事 大道理

一滴智慧
改变一生

主编/俊明 向阳
中国致公出版社



小故事妙管理

俊明 向阳 主编

中国致公出版社

图书在版编目(CIP)数据

小故事妙管理/俊明, 向阳主编. - 北京: 中国致公出版社, 2001.10

ISBN 7-80096-963-0

I . 小… II . ①俊…②向… III . 管理学 - 通俗读物
IV .1247.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 072328 号

小故事妙管理

主 编: 俊明 向阳

责任编辑: 于建平

出版发行: 中国致公出版社

(北京市西城区太平桥大街 4 号 电话 66168543 邮编 100034)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 中国纺织出版社印刷厂

印 数: 001 - 10 000 册

开 本: 880 × 1230 1/32

印 张: 12.5

字 数: 250 千字

版 次: 2001 年 12 月第 1 版 2001 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 7-80096-963-0/F·51 定价: 19.80 元

版权所有 翻印必究

滴水文丛
心灵感悟

小故事妙管理

管理故事中的人生智慧 生活故事里的管理真谛

XIAOGUSHIMIAOGUANLI

主 编 / 俊 明 向 阳

中国致公出版社

轻松接受管理智慧

近 些年来，随着我国市场经济的日渐深入和企业内部转轨改制工作的逐步完成，各种组织和团队的管理也随之被提升到了一个从未有过的高度。各种管理课题相继抛出，各种管理模式也相继产生，而且在管理知识库和实践经验库的建设中，企业组织的管理也明显进入了个性化和细分化的情况了。从宏观上看，A 管理模式在前些年到今天一直被人们奉为圭臬；还有 E 管理模式也跟风而出，形成系列工具流影响着企业决策者们的思维和运用。从微观上看，人力资源管理、物流管理、市场管理、营销管理、业务管理、项目管理等等，各种企业组织运行系统的各种管理区域已日渐进入到科学化、规模化、专业化时代。因此，随着以速度、变革、创业为核心内容的 21 世纪的到来，任何组织在白热化的市场竞争中都在寻找出奇

制胜的营销管理策略；任何创业者、决策者都在探索不断提升自己管理智慧的方法体系。因为只有这样，企业才能在中立于不败之地，才能对咄咄逼人的竞争品牌的市场侵略应对自如，从容反击，并在此过程中逐渐建立起自己组织的核心竞争力。由此可见，获取和掌握系统的管理知识，应用系统的管理战略和具体策略，这是一件意义深远的事。

正是基于以上描述的种种原因，有关管理战略、管理策略和管理模式等内容方面的图书在近年来一直占着我国图书出版业的一定份额。这些书往往结构完整、规模庞大，让人目不暇接。这种状况的出现，当然是件好事情，不管怎么样，管理科学化的旗帜已经在高高树起。学管理已成为个人创业和组织运营不可忽视的一环。但是，在这些出版物中，我也发现：这些宏篇巨制的作品尽管其在形式和包装上有所不同，但在内容和内容的组织结构上难免有些雷同之处，缺少创新的内容和形式，因而在阅读过程中也就多多少少有些千遍一律的乏味感觉。与此同时，因为自己所从事的专业关系，我便也总是在期待着这方面的新作出现。

《小故事妙管理》恰好就是这样一本书。它无论是从内容的编排上，还是形式的规划上都凝聚着一种很强烈的创新意识。所以当我有幸成为该书在未付梓出版前的少数几位读者时，就深感觉到有必要为该书的问世说上几句，并把我对该

书的解读向朋友们做个分享，以飨把书稿送给我的几位真诚的朋友和广大的读者。

通读《小故事妙管理》一书，你可以从诸多生动有趣的故事中领略到真正的管理大师们的管理系统、管理原则和管理方法，并从这些大师们处理问题和矛盾的高超艺术中洞察到种种管理智慧，并且通俗易懂，学之则能用，用之则能有效。它避免了我们传统管理类图书那种非常沉重的逻辑重叠和八卦图式的逻辑推理，让人花在这种钻研的过程中感到虽是至上真理，但却大而空荡的无奈。而读此书你就一定不会有这种感觉。简单致胜，这本书能讲述的管理精髓完全洗去了铅华，易于学习和借鉴。更加难能可贵的是，在该书中，每一个故事则是一个生动的案例，同时它完全契合当今诸多 MBA 课程的特点和趋势。这些案例不是作者闭门造本胡撰出来，而是可以看得出是作者精心挑选出来的。其中如麦当劳、肯德基、松下等企业都是国际上一流的企业，把这些企业的管理核心法则用故事演绎出来，确实是用心良苦，也让人真正的受益非浅。对于这样一本书，我真诚地希望每一位从事营销和企业管理的人都能买上一本，认真地读读，一定会在轻松幽默的心境下受到极具价值的启发。

当然，《小故事妙管理》这样一本书除了我上面所谈到特点外还有很多其它特点：如和故事紧密结合的案例点评上都是十分经典的；作者在内容按管理主题的编排上也是深浅有序。读这样一本书，有一种和其它书完全不一样的感觉：如果说读其它

管理类的论著你有如在接受一种思想；读这本书，你则有种在翻工具书的感觉。它尽管不能说已经非常完美了，但确实已让人耳目一新了。因此，作为一名普通的理论工作者，我要真诚地感谢该书的编著者。

远 江

2001年11月于北京寓所

第一辑

世上没有废物

- 3 逆向策略觅商机
- 4 一杯咖啡 400 元
- 6 引发好奇
- 8 入境问俗
- 9 特市造市
- 10 永不墨守成规的销售
- 14 推销趣闻
- 17 化祸为福
- 18 名字是产品的第一生命
- 20 欢迎涂鸦
- 22 生意场上的避直就曲
- 24 卖啥偏不吆喝啥
- 25 幽默经营
- 27 揭短招财
- 28 左撇子商店
- 29 用兵看守的马铃薯
- 30 世上没有废物
- 31 给商品生命
- 33 促销妙法
- 37 招牌幽默
- 38 广告幽默
- 39 装腔作“秀”
- 40 玻璃小屋里的美人
- 42 流水之声卖高价
- 43 滞销品变成抢手货
- 45 把木梳卖给和尚

目
录



目

录

- 47 企业营销中的妙招儿
- 49 三角经营法
- 51 逐次降价,法林妙销商品
- 52 独辟蹊径的邮售方式
- 54 风行上海的“免费试销”
- 55 把握“缺陷商机”
- 56 预订市场
- 57 情感营销
- 58 “家丑”也可外扬
- 59 巧用轰动效应
- 61 紧俏推销术
- 62 老外的“生意经”
- 63 名牌油漆缘何痛失国外市场

第二辑

慧眼识才

- 67 关于讲故事的故事
- 69 华盛顿“报仇”
- 70 老板的火山
- 72 给糖哲学
- 74 工人自我管理
- 75 巧妙的批评
- 76 计 谋
- 78 请求帮忙
- 80 大错误与小错误
- 81 知人之明
- 83 自助餐厅
- 84 5美元的感谢
- 86 125000美元的感谢



目

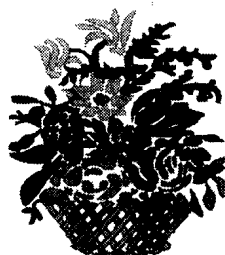
录

- 88 鲜花中写着骄傲
- 89 马桶事件
- 90 不准问,不准说,不准写
- 91 量才而用
- 92 亲遂柳庄 战则同强
- 93 着眼点落在何处
- 95 点石成金用人才
- 97 生日就是公休日
- 98 任人不能唯亲
- 100 用人多疑是企业用人之大忌
- 102 从小职员到大老板
- 104 老板喜爱什么人?
- 106 哈佛高材生为何被辞退?
- 107 过人的忍耐力
- 109 掌握杰出人才
- 110 西武不用聪明人
- 111 迂回侧进
- 112 “柯达”的慧眼
- 113 应聘趣闻
- 115 两个石匠
- 116 适者生存
- 117 为人才买公司

第三辑

跟随超越

- 121 麦当劳的疏忽
- 122 “芬克斯”酒吧
- 123 定价的学问
- 124 “巨无霸”的小招数



目

录

- 126 危机就是商机
- 130 积德行善的“公益广告”
- 131 跟随超越
- 133 最聪明的竞争是避免竞争
- 135 同“市”操戈求双赢
- 137 Sonny 变 Sony
- 138 巧用“第三者”
- 139 知名品牌如何东山再起?
- 143 “以砖引玉”客爆满
- 144 商界“钓”术
- 146 麦当劳的广告
- 147 特色经营
- 149 思路与销路
- 151 商家巧打“时间牌”
- 152 爱国退款
- 154 奇思异想 有客乃大
- 157 拉手上的商机
- 158 没有设计的设计
- 159 众人舍力办事
- 161 修补心理
- 163 利润悖论
- 164 日立哲学——和、诚、开拓精神
- 166 丰田哲学——“毛巾干了还要挤”
- 167 大丸百货哲学——“按摩术”
- 169 “点子”里面的商机
- 171 醉翁之意不在酒
- 172 吃小亏占大便宜
- 174 感谢“对手”
- 175 韩国泡菜进大学



- 177 “快乐”消费
179 处处留心皆市场
180 金子与大蒜
181 超前思维,抓住未来
182 “ $100 - 1 = 0$ ”启示
183 抱怨声中找市场
184 伊莱克斯学习海尔的启示
186 品名幽默
188 像拿破仑一样行动
190 你认为你行,你就行
192 “跟随者”毛毛虫
193 信念因目标而生
194 撞钟之职

第四辑

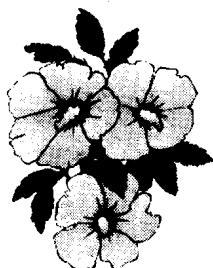
团队的整合

- 197 一美元与八颗牙
199 生产奖金
201 蓝色标识的特殊品
203 制造危机的日立公司
204 猴子的胜利
205 一次功亏一篑的谈判
207 用“特别顾客”监督分店
208 “敞开式大房间”办公室
209 会议成本分析制度
210 不同颜色的公文夹
211 劳动生产率会议
212 灵活上下班制度
213 “全员决策”管理制度



目

录



- 214 把所有经理的椅子靠背锯掉
- 215 马蝇效应
- 216 斯隆与杜拉克
- 217 “闭嘴,把你的巧克力吃掉”
- 219 锡盒子的故事
- 220 工作是严肃的事
- 222 看不见的资产:退休职工
- 224 韩国的一日厂长
- 226 内部跳槽好处多
- 227 领导的宽容是一种智慧
- 229 戴尔交钥匙
- 230 听听“反调”
- 231 让顾客惊喜
- 232 重视危机管理
- 233 不要小看管理
- 234 公平比平等重要
- 235 走鹅卵石路
- 236 等价交换
- 237 泡茶的学问
- 239 团队的整合
- 241 小蓝裙的故事
- 243 激发潜能——迷失的狗
- 245 良臣与忠臣
- 247 鸭子只有一条腿
- 249 种田要种自己的田
- 250 先做人后做生意
- 252 “集资”与“集智”
- 253 对勾“√”
- 254 大荣哲学——“人才盘点”

255 “过桥抽板”与“竞业限制”

第五辑

创业心得

259 市场的真理

260 有多少钱做多少事吗？

262 好莱坞万岁

263 闯出人生价值

265 垃圾的作用

267 自我欺骗

268 用行动治疗恐惧

271 这份工作真烦

273 成功的轨迹

275 想好就干

277 鱼和鱼钩的故事

278 方便面的诞生

280 一句话的启迪

282 “玩”出来的事业

283 布里丹效应

284 领导者的主动性

285 只赚 10% 的人

287 无龙可屠

288 沉默的力量

290 确定下限

291 成功不是打败别人

293 战胜自己

294 贡献自己

296 盘点人才



录



目

录

第六辑

经 理 人 语

- 299 维护下级的威信
301 提价照样可以促销
302 圈 套
304 省下 120 万美元的人
305 混蛋上司
307 知足常乐可不是吃老本
309 敏锐的观察力
310 权力加魅力
312 临危不乱
313 勿因小利而失大利
315 偏将修城墙
318 休息的效率
320 分享是最大的激励
321 日课、周课、月课
323 关怀与回报
325 只顾生意不解人意
326 威信：不是上级授予的
327 宽容：领导者的一种美德与修养
328 感情投资：功效无穷
329 主管者的责任
330 把做事的目的告诉员工
331 良好的外表是一种力量
332 钓鱼的启示
334 企业咨询不可少



- 339 创新往往是简单的
341 为了“偷懒”
343 意外的成功
344 卫生纸的秘密
345 不要从“钻木取火”开始考虑
346 新“郑人买履”
347 百万身价的人
349 打开市场的“金点子”！
351 不妨主动出击
353 慷慨的农夫
355 这也是创新
357 觅“冷”创新
358 爱情饮料
359 知足者富，强行者有志
360 硬币两面
361 越急越慢
362 小树的苦恼
363 平衡的心理状态
365 健康至上
366 一生中最有价值的一课
368 生命在于行动
370 机敏的厨师
371 接近对你有用的人

373 后 记

