

黄金业务

22法则

黄金业务高手

畅销书《儿子兵法》作者

整合十年业务经验最新力作



李经康 著
汕头大学出版社

李经康 著

汕头大学出版社

黄金业务 22法则

黄金业务高手

畅销书《儿子兵法》作者
整合十年业务经验最新力作

图书在版编目 (CIP) 数据

黄金业务 22 法则 / 李经康著. - 汕头: 汕头大学出版社, 2003.8

ISBN 7-81036-482-0

I. 黄... II. 李... III. 市场营销学

IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 013606 号

本书经城邦文化事业股份有限公司商周出版事业部授权, 出版中文简体字版本。
非经书面同意, 不得以任何形式任意重制、转载。

黄金业务 22 法则

作 者: 李经康

责任编辑: 段文勇 王子暄 何 曦

封面设计: 郭 炜

责任技编: 姚健燕

出版发行: 汕头大学出版社

广东省汕头市汕头大学内 邮 编: 515063

电 话: 0754-2903126 0754-2904596

印 刷: 深圳普加彩印务有限公司

邮购通讯: 广州市天河北路 177 号祥龙花园祥龙阁 2205 室

电 话: 020-85250482 邮 编: 510075

开 本: 890×1168 1/16 印 张: 11.5

字 数: 163千字

版 次: 2003 年 8 月第 1 版

印 次: 2003 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 8000 册

定 价: 20.00 元

ISBN 7-81036-482-0/F·54

版权所有, 翻版必究

如发现印装质量问题, 请与承印厂联系退换



李经康

祖籍湖南，1967 年生。

学历：

东方工商/“社会大学”推销系，
“中国式行销研究所”研究生。

经历：

巨东建设副总

《就业情报》杂志社副总

力霸房屋大安加盟店总经理

春池开发业务经营顾问

荣获：

1988 汉城奥运拳击精选严训选手

1994 《商业周刊》封面

1997 台湾十大房地产优秀代理商

杰出企业管理人协会荣誉理事

第七期高级管理顾问师结业

著作：

《儿子兵法》

《女子兵法》

《请坐好商量》

《黄金业务 22 法则》

本书内容具有鲜明的中国文化特色，语言又是地道的商人风格，读来别有一番风味。

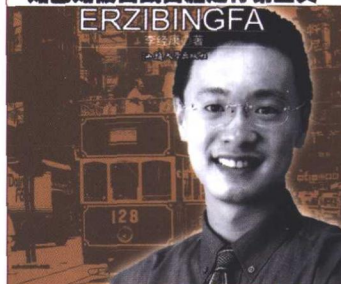
儿子兵法

知己知彼百战百胜之行销宝典

ERZIBINGFA

李经纬 著

中国大百科全书出版社



这是一本行销人必读，非行销人不可不读的好书。

掌握中国大百科全书出版社行销心理 钻研商家营销策略技巧和客户谈判艺术。

女人是“高智商”女人的消费行为与消费心理研究，本书作者以丰富的实践经验，深入剖析了女人消费心理，揭示了女人消费行为的奥秘，本书是从事市场营销的必读之书，也是从事市场营销的必读之书。

女子兵法

谋攻女人荷包秘笈大公开

NUZIBINGFA

《儿子兵法》畅销书作者 李经纬 著

中国大百科全书出版社

女人消费行为有几种：

- 冲动型：买什么买什么。
- 理智型：买什么买什么。
- 挑剔型：买什么买什么。
- 挑剔型：买什么买什么。

中国大百科全书出版社



销售是永远的志业，但别忘了女性市场。

女人是永远的志业，但别忘了女性市场。

销售是永远的志业，但别忘了女性市场。

销售是永远的志业，但别忘了女性市场。



读者回函

感谢您购买了这本书。

为加强对读者的服务，请您详细填写本卡，寄回给我们，我们将不定期地寄上汕头大学出版社的最新出版讯息。如您直接向我社一次购买图书三本以上，可获取会员资格，并在以后直接向本社购买图书时，均可享 9 折优惠，并免邮寄费。

购买书名：

购买书店：

姓 名		年 龄		会员编号	
性 别		婚 姻		身份证号码	
邮寄地址					
电 话					
E-mail					
月 收 入					
职 业					
教育程度					
购书讯息					
购书方式					
本书优点					
本书缺点					
对本书或对本社的建议					

邮购通讯：广州市天河北路 177 号祥龙花园祥龙阁 2205 室

电 话：020-85250482 邮 编：510075

E-mail: hkaixing@163.com

黄金业务 22 法则

【目录】

〈出版缘起〉期待中国的商业乌托邦	何飞鹏	5
〈推荐序〉坐而言不如起而行	陈世铭	7
〈作者序〉用经验锤炼出来的执行规则		10

新手上路篇

法则 1 要下水才能学会游泳	19
公司不应吝惜新人投资/从工作中学才能累积经验/业务工作四步骤	
法则 2 不可落入“奔驰症候群”的迷思	31
表面虚荣过眼云烟/放眼未来预作准备	
法则 3 下班后的 4 小时是超越他人的关键	37
过河卒子孤注一掷/坚持跑到终点/ 良性循环让工作更顺利	
法则 4 要达到目标,先拆解目标	45
从个人出发,设定目标/用团队绩效设定目标/ 具备成功潜能的业务员/养成超越自己的习惯	
法则 5 一次就得搞定,不可期待第二次	55
错过一次就没有了/服务业分工细密 传统训练方式有待转型	

ABV87/04

心理武装篇

- 法则 6 热爱自己的选择** 63
做一行，“不”怨一行/诚信对待自己与别人
- 法则 7 自满是犯错最大的根源** 69
以会议来激励与管理/业务员的自由与规范
- 法则 8 心智练习的爆发力** 75
与假想敌对打/让内蕴力超越外在因素
- 法则 9 业绩治百病** 81
有了业绩什么烦恼都没有/我不会先放弃
- 法则 10 业绩不好是修心最好的时候** 87
找出激励自己的方法/自己的问题只有自己能解
/悟道只在刹那间
- 法则 11 设定目标在过程而不是终点** 95
空想不如写下来具体/缩小理想与现实的差异

行动出击篇

- 法则 12 思想要宏观,做事要微观** 101
做好“自讨苦吃”的准备/稳健踏实是工作上策/
跟有钱人打交道不见得容易/业务不是用教的,
是醒过来的/先把小事处理
- 法则 13 遇弱则强,遇强更强** 111
不要先说“我不会”/别让对方弱了你的气势/
不服输的性格
- 法则 14 成败取决于高度的经验累积** 117
术业有专攻/虚心求教是成长捷径/随时归零的

意愿

- 法则 15 不放弃就有机会** 123
工作态度决定成败/拿着稿子到处找出版社/
屋漏偏逢连夜雨
- 法则 16 永远记得再试一下** 131
潜意识里的速度革命/业务员的4“产”阶段
- 法则 17 两点最近的距离是“曲线”** 139
让自己更有弹性/寻找替代方案
- 法则 18 过程留给自己,结果大家分享** 143
还没做,怎么知道做不好? /好运是自己创造出来的/
坚持下去终有成果

最后叮咛篇

- 法则 19 跟随典范的行径** 153
学习不可迟疑/资讯交易累积起来的知识/好奇心
让人乐于接触新知/学习意愿是变化原动力
- 法则 20 被推下水才会成功** 161
受邀开设公司/及早训练危机应变/
还好有人推我下水/乐观让悲剧远离
- 法则 21 谨遵杰出业务行动准则** 169
杰出业务员的行动守则/超级战将的成功准则
- 法则 22 “散”的工夫比“聚”还重要** 175
到处结仇不强结善缘/过河拆桥不让义气/狭路
相逢面子挂不住

<新商业周刊丛书出版缘起>

期待中国的商业乌托邦

何飞鹏

1997年,现代中国处在剧变中,大陆与香港沉陷在回归的热潮里,变动中有疑虑有期待。

亚洲的中国政治舞台虽然充满变数,但经济商业领域完全不受影响,台湾的电子业,动辄以千亿的投资,推砌“台湾科技岛”的未来,大陆则以每年接近两位数的经济增长率,说明中国经济发展正在极限加速!

这样的发展,颇符合小老百姓的心情;政治是野心家及政客的事,无法管也管不着,只好埋头做自己的事:赚钱,改善生活。中国经济的发展,或许正是在这样的心情下,逐步累积而成。10年前我们埋首创办《商业周刊》,出版商业丛书,是用这样的心情。10年之后,“政经分离”的无奈仍在,我们仍然只能在中国商业环境上努力,政治上只能期待明天会更好!

不过,回首这10年来我们所出版的书籍,在态度上的改变甚大,原因在于读者对商业知识的需求从饥渴的全盘接受,到请求专业、深度、即时与不断更新。

当然,商业周刊出版公司在内部也做了结构性的转换,我们结合了有共同理念的兄弟公司——麦田出版与猫头鹰出版社,共同成立城邦出版集团,这象征着我们和所有中国的读者写下承诺,愿意在知识的传播路上,与所有的读者们携手前进。

“新商业周刊丛书”与“Q&A新系列”,重新调整步伐,用崭新的面貌,与大家见面,也就成为理所当然的事。这两个系列,可说是商业周刊出版的招牌书系,就像10年前一样:“我们用商业周刊每过替读者分析、回顾商业变动,我们也用商周丛书,为

社会推动基础商业知识和教育。”不同的是,商业的基础教育步调更快,着力更深,早期的每月一书已无法满足读者需要,每周一书或更多,也许更符合时代的脚步。

这两个书系共同的愿望是——期待 21 世纪中国商业乌托邦的来临,我们希望在表象活力充沛的商业活动,更能有商业文化的内涵,其中包括一个没有政策扭曲。交易无障碍的商业环境,也包括无数组织严谨,竞争力无限的企业体。当然还有能力全面、知识丰富,具有国际眼光的企业家与工作者,这样的组合,将是现代中国迈向已开发国家的保证。

不过目标虽一致,但在编辑及使用上,这两个书系也各有特色,“新商业周刊丛书”针对个别命题,以结构严谨的方法,彻底解说。“Q&A 新系列”,则仍维持“百问百答”的写作方式,方便读者从问题中寻找答案,快速解决心中的疑惑。

在选题上,这两个书系放弃议题大小的考量,只要对读者有用,议题再冷僻,我们都愿意为读者做,或许时间会帮助我们完成愿望:让商业周刊出版的书,填写商业活动的每一个角落。

(本文作者为商业周刊出版公司发行人)

〈推荐序〉

坐而言不如起而行

陈世铭

有兴趣阅读或购买这本书的人,相信都具有积极的企图心——希望能够将业务做好,进一步达到成功的目标。

迈向成功之路,条件有二:

一、掌握“外在”的景气环境。

二、培养并累积自己“内在”的成功特质。

事实上,任何行业的景气循环都有周期性,而且绝大多数时间是处于常态(就是一般人所说的不景气期间)。要培养景气时进入、不景气前退出的智慧及能力是困难的,就算能做到,由于其时间是短暂的,也无法持久。但人生要追求的除了长期的成功境界外,还要拥有成就感,这就惟有累积自己的成功特质,才能竟其功。想改变及掌握外在景气环境是困难的;而自我能力的提升因操之在己,所以只要有心并持之以恒,就一定能做到相当的程度。

有许多年轻朋友对我说:

“现在的环境要成功,比你们那一辈的人要困难多了!”

当我还年轻时亦有同感,但有一个事实是,所有的财富及职位是任何人不能带离开这个世界的,必然是由所有存在的人获得,只是每人分配到的时间早晚及比例不同罢了!比别人努力、方法正确、耐力够,到时候你所获得的必然会比同辈多。我们要比较的对象应该是相同年龄层的同侪,而非比你年长很多的人,因为两者在投入的时间及程度上是有差异的。但是要缩短二者的距离有一个正确方法:透过阅读别人的成功历程,去模仿或了解避免失败的方法。

我年轻时,也无法想像能拥有现在的财富及职位。在工作历程中,每次遇到瓶颈及挫折,我就会翻开一些传记或励志的书,经由字里行间的文字引导,心情会豁然开朗,发现自己所面对的问题,别人都曾经经历过,甚至相较之下,自己碰到的只是小问题罢了,因此重燃起工作的热忱,为再出发做好准备及产生动力。相信读者在阅读本书时,亦会有与我相同的感受。由于本书的内容及笔法都非常生活化,读者在阅读时比较容易与自己的工作发生联想,收获想必会更丰硕。

这本书的每一法则都是作者的亲身体验,将每一次的亲身体会以写实的方式,借举例、对话加上解说,使读者了解。我体认到容易成功的人都有将别人的经验化为增加自己行动正确性的能力,尤其现在是资讯充斥的时代,任何观念在接收时,必须与自己的工作发生关系,产生自己的价值,如此才能深入脑内,到需要时才用得出来。

本书的文章充满了不屈不挠、愈挫愈勇的精神及实例,读后自然潜移默化地引导读者于面临失败时,能以不同的角度、积极的一面去看待并能处理同一个事件,进而增加由负面转为正面的机率。在工作中容易成功的人,是找出机会点转败为胜,而非一味沉浸在负面的情绪中的人。多数人会替失败找理由,当你找到了失败的理由,绝大多数的人就会委之于外在的因素而原谅自己;但是成功的人却是花更多的时间及精神,找出再尝试的机会,并用有效的方法打破目前的不利处境而获得成功,这正是读者透过此书可向作者学习的地方。

有两位同学在同一公司工作,待遇相当。3年后都存了一笔钱,甲将该笔钱汇去买了一部车子(此为消费财),乙去付了一栋房子的自备款(此为非消费财),10年后,甲的车子报废了,乙却因房地产增值而获利。所以投资是否正确,先享受还是延

后享受,就如同工作中,方向是否正确,是否跟对人及愿意累积实力再谈享受,还是先享受再吃苦?以人生来看,年轻时体力状况最佳,具有高度忍受挫折的毅力,吃苦的能力也最强,这段时间所有的行为都是为了尔后的财富及将来的职务在打下厚实的基础,所以前期付出多而享受少,尔后必能有相对更多的享受。不要到了应享受的时候,却没有享受的本钱,那时的痛苦指数一定大于提早享受的快乐指数。台湾曾经有一阵子流行“只要我喜欢,有什么不可以!”及“尽早享受,以免到时无法享受!”的现实导向的享受文化,这两句话广泛流传于年青人口中,但是想要追求成功这必须引以为戒。

本人在与作者交往中,对于他在工作上的企图心、投入度,以及“坚持力”与“马上行动”的特质,令我非常钦佩,这些优点都在他的《黄金业务 22 法则》中,显露无遗,此书不仅对从事业务工作的人具有参考价值,一般读者亦能从中获益良多。

我真诚地推荐这本书!

(本文作者为基泰建设董事长)

〈作者序〉

用经验锤炼出来的执行规则

1994年,拙作《儿子兵法》之所以销售状况良好,乃是抓住了很好的时机,因为当时的畅销书籍多属译作,很少“土产”。而当时台湾多数译作内容,多以教条式的销售理论为写作基础:

“第一条:专注投入工作。”

“第二条:愿意付出代价。”

“第三条:坚持到底。”

虽然理论是所有行动的基础,但是阅读起来,却觉得枯燥无味,原本是以实用为主的书,却沦为书架上的“工具书”。笔者觉得业务技术的传承,在于经验的累积与传递,但外译的销售类书籍,出版商相中的还是着重理论型,而非经验型,因此笔者将业务工作经验记录下来,并将其技巧公开,结集出版,因为抓对了时机,一炮而红。不知不觉中,《儿子兵法》成了所有业务工作者的“教科书”,同时也发行中国大陆,造成畅销、广受欢迎的局面。由此可见,从事业务销售工作者,是多么需要得到前辈的经验传承。

今笔者再以10年的专业历练,推敲出业务工作的共同处,再一次以经验作为写作的基础,对读者做报告。

但是如果你抱着读了这本书就会马上成功、致富的想法,那么你将会大失所望。本书不是教你如何快速成功,也不是教你如何快速致富,但却让你知道不失败、不浪费金钱、不浪费时间的方法。因为笔者已经把错误的路给挑出来,甚至走过一遍了,有了这个前车之鉴,您可以不用重蹈覆辙。减少失败的机会,等于延伸了你的事业寿命。

就因为这是以我个人的业务经验为基础的报告,某种程度来说,可能会被“先进”批评为“以偏概全”,但对这些经验而言,它却具有 100% 的“现实性”,因此,不揣冒昧地把它写下来,提供给读者参考。

詹宏志先生在《创意人》中写到:“个人的经验有时不是证据,反而是盲点。”在现实世界里的确如此,但经验却可以提供处于类似状况的人很大的参考值,不至于不知所措或凭空决策。更可以让处于成长历练的后进,有快速学习的价值,从别人的历史中,找到一条更快速成长的路。

当然,我也要提醒大家,本书所涉均是我的个案,“经验”依个人所处的环境不同会有所差异,因此敬请读者考量自己的情况加以选择运用。

笔者从事业务工作已经 10 年了,其中两年是忙着在创业。我为什么要把创业两年归纳到业务经验里面来呢?其实创业才是真正业务生涯的开始。在我创业以前一直误以为老板是专业的决策者,其他事情只要吩咐别人去做就好了,自己创业以后才发现这是典型的以偏概全的狭隘论调。

大业务是小业务累积起来的

8 年前我在当专业经理人时,工作很单纯(当时我以为够复杂了,直到当老板才知道,经理人的工作比起老板,那可真是单纯的多),公司里面有这么多的单位及管理规章在协助业务部管理,经理人可专注于一个部门上,有足够的时间好好投入。等到我当了老板以后才完全明白“业绩”和老板的切身关系,也才体会到,老板才是公司真正的“打杂”,无法专心思考决策,每天都被无数的“小事”牵绊,但是企业是否能成功,这些小事有没有处理好,正是关键所在。