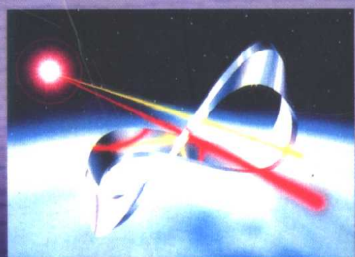


新世纪经商实用丛书

策划

经商 1000个金模式



刘 法 / 主编

高超的策划 精明的经商
从中激发起你无限的灵感和创意

新世纪经商实用丛书

策划经商

经商巧策划 创新妙生财

刘 法 主编

陕西旅游出版社

(陕)新登字 012 号

责任编辑：魏明道

封面设计：谭雄军

版式设计：刘 晖

责任校对：全 芳

责任监制：刘青海

新世纪经商实用丛书

策划经商

刘 法 主编

陕西旅游出版社出版发行

(西安市长安北路 32 号 邮政编码：710061)

新华书店经销 通州大中印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开本 19 印张 470 千字

1999 年 10 月第 1 版 1999 年 10 月第 1 次印刷

印数：1 - 10000 册

ISBN 7 - 5418 - 1059 - 2/T · 103

(全套三册) 总定价：85.60 元

内 容 简 介

第一流的经营需要第一流的策划，毋庸置疑，高明的策划就是财富。好的策划既可以解决您运作中的难题，又可以使您的生意走出困境，为您创造出无穷无尽的财富。有了一个好的策划，可以使您化平凡为神奇，点石成金，美梦成真！

策划从何而来？一拍脑袋就有的好策划是没有的。当我们羡慕经营大师们转瞬之间策划谋略横飞、钞票猛赚之际，您可曾想到过这一个个足可铭记千秋的好策划的背后凝聚着经营大师们多少的心血！一个好策划需要智慧，需要知识，需要逐点分析，需要综合考虑。

策划学是二十一世纪商家必学之术。本书正是秉承策划学的思路，从国内外生产经营的实践中精选出来的精髓，分为销售策划、管理策划、经营策划、公关策划、商战策划、市场开发策划、新生意策划、市场营销策划、商业情报策划、谈判策划、广告策划、创业与投资策划等多类。我们将各类的策划的方法与各类例结合起来，既通俗易懂，也令人深思。

只要您细细读来，您一定可以开启智慧之泉，获得更多的灵感，为您的事业之舟扬起风帆，顺利到达成功的彼岸，成就更大的事业！祝您成功！

目 录

第一章 销售策划

1. 诗文股份有限公司的营销谋略…………… (3)
2. 一提一减的销售方法…………… (4)
3. 台湾“麦田面包”争夺孩子占市场…………… (4)
4. 商店开办动物园引来儿童货畅销…………… (5)
5. 出售专卖权打开市场…………… (5)
6. 煤炭商坦率讨教打通销路…………… (6)
7. 松下公司抓住女顾客隐秘心理做文章…………… (7)
8. 日本角荣公司的“空手倒”预约销售法…………… (7)
9. 台湾太平洋建设公司先建球场后卖房…………… (8)
10. 商品投入市场中的“饥饿”方法…………… (9)
11. 专售最新产品的市场…………… (9)
12. 好产品要用货比货…………… (10)
13. 书商利用男女间微妙心理推销…………… (11)
14. 打折的秘密…………… (11)
15. 海湾战争后英国航空公司的免费旅游…………… (12)
16. 瑞士手表的名店廉价销售策略…………… (12)

17. 买一送一汽车厂起死回生…………… (13)
18. 丰田推销员先迎合再诱导的招术…………… (14)
19. 日产汽车公司的“限量销售”术…………… (15)
20. 举办重奖赛吃, 大开面包销路…………… (15)
21. 加拿大妙女求救销香烟…………… (16)
22. 周口味精突破地方市场垄断…………… (16)
23. 美国人大力宣传吃面长大个推销小麦…………… (17)
24. 日本日清公司将方便面打入美国的策略…………… (18)
25. 长岛商人巧卖汽车…………… (19)
26. 象牙肥皂行销全美的几步棋…………… (20)
27. 以“可得黄金”的许诺推销香烟…………… (21)
28. 敬重是战胜对手的利器…………… (21)
29. “有钱难买的商品才是好商品” …………… (22)
30. “一代笑星”销烟的辞令 …………… (23)
31. 雷诺汽车甩卖有招…………… (24)
32. 顾客一句话, 苏打粉畅销…………… (24)
33. 福特 T 型车的销售宣传大战 …………… (25)
34. 服装店让美女丑女同台推销…………… (26)
35. “福特汽车俱乐部”的多项实惠政策 …………… (26)
36. 鞋贵更畅销…………… (27)
37. 假发公司为顾客保密…………… (28)
38. 美国国际农机公司“以麦子换机器” …………… (28)
39. 台湾声宝公司的“大哥大”销售战…………… (29)
40. 台湾鞋商低价引路一损增百益…………… (30)
41. 美国最大百货店实行“全面大减价” …………… (31)
42. 以一亏得百盈的松本清…………… (32)

43. 化妆品女王艾丝蒂进军欧洲的战术·····	(33)
44. 万名主妇推销雅芳的奥秘·····	(33)
45. 扮作路人的推销员·····	(34)
46. 日本夏露丽公司的家庭聚会示范销售·····	(35)
47. 白送煤油炉推销煤油·····	(36)
48. 动员寡妇拉保险的秘密·····	(36)
49. 借布什之名推销房产的莱斯特·····	(37)
50. 假借倒闭促销的百货店·····	(38)
51. 普洛奇造假赚得订户·····	(38)
52. 丰田汽车全拆装出口的市场销售法·····	(39)
53. 亚都公司先从洋人“开刀”·····	(40)
54. 佛勒推销成功的绝招·····	(41)
55. 大型展销会上的促销策划·····	(42)
56. 100 万美元退款促销·····	(42)
57. 糖果商在儿童食品中加带玩具·····	(43)
58. 巧做儿童生意的肥皂商·····	(44)
59. 把土豆列入麦当劳菜单吸引日本人·····	(45)
60. 索尼公司的订货越多价格更高策略·····	(45)
61. 低价品好包袋, 高价品次包装·····	(46)
62. 美国花旗参店一元超值销售术·····	(47)
63. 制衣厂高定位高价钱高利润·····	(47)
64. 万宝路“每盒 19 支烟的用心”·····	(48)
65. 哈夫曼公司的好货不降价谋略·····	(49)
66. 台湾金华皮鞋公司的“不二价”·····	(49)
67. 日本三越公司的“偷梁换柱”推销术·····	(51)
68. “联想”用廉价打入国际市场·····	(52)

- 69. 奔驰汽车“最终价格”王牌…………… (53)
- 70. 假痴真智的德鲁比克兄弟…………… (54)
- 71. 古井贡削价获利…………… (55)
- 72. 促销小计策…………… (55)

第二章 管理策划

- 1. 拯救韩国三星…………… (59)
- 2. 精心挑选雇员的辛塔斯公司…………… (60)
- 3. 充分调动员工积极性的粤特巴克牛排餐厅 … (60)
- 4. 小企业提防经典神话…………… (61)
- 5. 蚬壳公司的多样化管理…………… (62)
- 6. 全球化是一个漫长的旅程…………… (64)
- 7. 挑选领导人：当大班椅空出的时候…………… (65)
- 8. 彭博帝国…………… (67)
- 9. 三洋公司怀柔治服美国工人…………… (68)
- 10. 梅考克让职工常存感激之心…………… (69)
- 11. 比尔·盖茨的管理之道…………… (70)
- 12. 日立公司首创危机感管理法…………… (71)
- 13. 松下公司的企业价值观管理术…………… (71)
- 14. 艾柯卡的“同等牺牲”管理绝招…………… (72)
- 15. 名片上的小徽章赢得职工的忠诚…………… (73)
- 16. 日本田村电机制作所的拍照管理法…………… (73)
- 17. 美国 RMI 公司的微笑管理…………… (74)
- 18. 服装厂的“色调疗法”管理术…………… (75)
- 19. 本田公司的变动岗位政策…………… (75)
- 20. 丹麦保险公司的弹性工作制…………… (76)

21. 奖励五万实际并未多花钱·····	(76)
22. 土光敏夫提酒瓶下车间·····	(77)
23. 科尔内公司提拔经理考莎翁著作·····	(78)
24. 丰田老板的“恰好赶上”口号·····	(78)
25. 广州车辆段职工“加班罚款”·····	(79)
26. 水涨船高的利润分享制度·····	(79)
27. 蓝羚公司请盲人冲胶卷·····	(79)
28. 日本新谷饭店对店员打扮有严格要求·····	(80)
29. 柯达公司的“建议有奖”制度·····	(81)
30. 松下公司著名的《员工管理二十一条》·····	(81)
31. 对雇员进行“生活方式调查”·····	(83)
32. 詹尼的强硬管理法·····	(84)
33. IBM 公司的出差报告反馈管理法·····	(84)
34. 华歌尔老板激励职员的信任之墙·····	(85)
35. 牛津软件公司珍惜顾客的每一个意见·····	(86)
36. 台湾健生工厂的“颜色管理法”·····	(86)
37. 洛克菲勒的成功之道：严密的成本管理·····	(87)
38. 万德靠满足自尊心使下属甘心为他卖力·····	(88)
39. 美一纺织厂用椅子激起职工荣誉感·····	(88)
40. 美国化妆品皇后的赞美与鼓励管理术·····	(89)
41. 日立公司的“一分钟”节约管理·····	(89)
42. 百事可乐公司的管理“三字经”·····	(90)
43. 日商的挖人战·····	(91)
44. 福特公司为求贤才不惜一切·····	(92)
45. 盛田昭夫起用外人作总裁·····	(93)
46. 松下幸之助不让家人当总经理·····	(93)

- 47. 日本的大学生争夺战····· (94)
- 48. 凯特的用“脑筋最差的人”····· (95)
- 49. 艾科卡挖“福特”墙脚立于不败之地····· (96)
- 50. 松下的“蜜蜂军团”——现场工程师····· (96)
- 51. 新加坡一公司月薪 10 万聘经理····· (97)
- 52. 高层管理团体之神话····· (98)
- 53. 策略出了什么错····· (98)
- 54. 组织重要还是人重要····· (99)
- 55. 萍乡钢铁厂“起死回生”的启示····· (101)
- 56. 防止商业讹诈：出了事该如何善后····· (102)
- 57. 三九集团是如何实现低成本扩张的····· (104)
- 58. 债权变股权····· (105)
- 59. 上海电机集团日用电器厂的成功管理····· (105)

第三章 经营策划

- 1. 舒卡·哥什的 Openmarket 公司的生存之道····· (109)
- 2. 罗伯特·盖斯勒的赚钱途径····· (109)
- 3. 从音乐业走出来的 N2K 公司····· (110)
- 4. 专注体育业的 SportsLineUSA 公司····· (111)
- 5. 比尔贝克尔的糕点公司开发新领域····· (111)
- 6. 巴西伦纳公司创造的奇迹····· (112)
- 7. 科龙在中国第一个生产出没有门把的冰箱····· (113)
- 8. 寓购物于娱乐——未来零售业的新模式····· (114)
- 9. 出售价值，而非产品····· (115)
- 10. 先试后买····· (116)
- 11. 生活在自己销售的产品中····· (117)

12. 孟加拉格兰敏电话公司消灭贫穷	(117)
13. 古井贡酒国内第一个标明酒的年份	(118)
14. “永和豆浆大王”在大陆拓展	(119)
15. 如何将软件推向市场	(119)
16. 史蒂夫·伯特从细节着手迎头赶上	(120)
17. 史蒂夫·伯特的竞争之道	(121)
18. 世界上最大的私有发电公司	(122)
19. 应用能源服务公司进行分散经营	(123)
20. 巴克和山特的举债经营艺术	(124)
21. 现代化的易货贸易	(124)
22. 易货贸易的发展与挑战	(125)
23. 彻底出售非核心生意	(126)
24. 新航不惜重本提高服务	(127)
25. 桑亨工程公司利用技术研讨会扩广业务 ..	(128)
26. 租用电脑应用服务	(128)
27. 苹果公司打入日本市场的历程	(129)
28. 自信的决策会导致失败	(130)
29. 松下公司“不发明，只改进”的战略	(132)
30. 尽量让顾客满意的英瓦凯尔公司	(132)
31. 让人知道你的存在的男仕时装公司	(133)
32. 保持产品独特性的卡拉韦高尔夫用品公司 ..	(134)
33. 设定更高目标的佩切克斯公司	(134)
34. 以最快的速度作出反应的韦里方克公司 ..	(135)
35. 哈特尼斯国际公司利用电视会议提供服务 ..	(135)
36. 雷诺公司新目标——立足欧洲进军世界	(138)
37. 威尔肯乱中求胜渡过亚洲危机	(139)

38. 架筑东西方桥梁的威尔肯 (140)
39. 专业化经营使 ICL 重又赢利 (141)
40. 产品转型: 东芝作出的迅速转变 (142)
41. 捷安特公司进入大陆单车市场 (143)
42. 可口可乐在亚洲危机中逆水行舟 (144)
43. 可口可乐在泰国的策略 (144)
44. 可口可乐在韩国的策略 (145)
45. 香港 TAL 纺织公司的发展 (146)
46. 打入零售业的香港制衣商 YGM 集团 (147)
47. 雀巢: 成功关键在品牌 (148)
48. 丰田公司长袖善舞 (149)
49. 巨人集团陨落给人的启示 (150)
50. 福建中茂集团出口成倍增长奥秘何在 (151)
51. Thakral 集团在中国不靠关系也能成功 (153)
52. Thakral 集团征服其他新兴市场 (154)
53. Thakral 集团转为专业管理的跨国公司 (156)
54. 行动胜于言词的香港埃索总经理 (157)
55. 华人企业经营方式将影响世界 (159)
56. 模仿先进非上策夯实基础是根本 (160)
57. 建筑杰作, 经营败笔 (161)
58. 采访记录——创造一个成功的企业 (163)
59. 企业规模不是一切 (165)
60. 美国小企业, 时代弄潮儿 (167)
61. 世界租金最贵的十条大街排名 (168)
62. 通用电力资产公司的收购合并经验 (169)
63. 香港八佰伴倒闭的启示 (170)

第四章 公关策划

1. 吸引顾客…………… (175)
2. 烟商巧妙应付禁播香烟广告令…………… (176)
3. 制造“抢劫”风波的面包公司…………… (177)
4. 冈佐银行不惜撒谎维护客户关系…………… (178)
5. 英国航空公司为一位乘客也开一班客机…………… (179)
6. 靠体育明星扬名的阿迪达斯公司…………… (180)
7. 借助纪念活动港湾公寓销售获成功…………… (180)
8. 汉堡包公司奖励背广告词招徕义务宣传员 …… (181)
9. 利用电话号码的日本运输公司…………… (182)
10. 巧借名牌促销产品 …… (182)
11. 生产最豪华的轿车赚名气 …… (182)
12. 亨利公司家丑外扬名也扬 …… (183)
13. 大火后的阿罗公司回生有术 …… (183)
14. 荷兰宫借公关活动重新打入市场 …… (185)
15. 销毁自己的全部产品赢信任 …… (186)
16. 出售次品获美誉的奥达克索公司 …… (187)
17. 美国花卉业发起“良药”运动 …… (188)
18. 夜总会利用斗殴事件促销 …… (189)
19. 丰田公司在美国改变形象之战 …… (189)
20. 乔治旅馆善待流浪者 …… (190)
21. 台湾赛场的“穿错球鞋”风波 …… (191)
22. 墨西哥震后重振旅游业 …… (192)
23. 旧金山海湾泄油之后的公关活动 …… (193)
24. 日本山梨化学公司用防仿制启事来促销 … (194)
25. 餐厅遭抨击, 起诉声誉振 …… (194)

26. 美国豆芽大王生产人工豆芽发迹 (195)
27. 日本雇用英国“走廊客”作为上层说客 ... (196)
28. 地产大王约瑟夫拍卖房产制服敌对者 (197)
29. 西湖味精厂出资 15 万花钱买桥名..... (198)
30. 三家服装店竞争赢家的告示 (198)
31. 伦敦著名制衣街上的三家裁衣店广告 (199)
32. 震旦公司万元机器卖一元 (199)
33. 死前愚弄债主的采访记 (200)
34. 洋酒公司借奥运庆功会为己宣传 (201)
35. 明治公司小题大做树立好形象 (202)
36. 菲亚特集团别具一格的记者招待会 (203)
37. 台湾国宾饭店巧借人类登月活动发财 (203)
38. 高露洁公司打入全日本 (204)
39. “海虹”汽车吊车借“亚洲一号”扬名 ... (204)
40. 制鞋公司制作巨型皮鞋的广告策略 (205)
41. 最后一刻西铁城占领德国 (206)
42. 借球星发财的美国餐馆 (206)
43. 设虎惊人的中国大酒店 (207)
44. 引起新闻界注意的赛猪大会 (207)
45. 松下巧打名人牌 (208)
46. 让“皮里尔”成为有钱人的饮品形象 (208)
47. 日本东天口香糖的“寻找美女” (209)
48. 挽救“霞飞”的中国公关神话 (210)
49. 伦敦西斯罗机场上平息顾客不满有方 (211)
50. 可口可乐公司捐赠的艺术 (212)
51. 台湾 Acer 公司打开大陆软件市场..... (212)

52. 企业慈善业的价值	(213)
53. 美国慈善事业的转变	(213)
54. 日本公司的慈善手段公关	(214)
55. 欧洲公司加入慈善事业队列	(214)
56. 美国企业的新式慈善公关	(215)
57. 慈善事业的目标管理法	(216)
58. 全员投入慈善事业	(216)
59. 抬举霍英东为己扬名	(217)
60. 打竞选总统牌的百事可乐公司	(218)
61. 录下顾客意见西埃都跻身大公司	(218)
62. 华成公司靠当被告赢得声誉	(219)
63. 借助阿童木促销卡西欧的公关战	(219)
64. 可口可乐公司没有广告味的广告	(220)
65. 铁流巧用政治因素做出公关大文章	(221)
66. 用赞美词和赠送礼品征服消费者	(222)
67. 系列公关活动使施特罗啤酒名声大振	(223)
68. 陈李济药厂两管齐下	(223)
69. 美国雷诺公司故意起诉替自己宣传	(224)
70. 泸州老窖借获奖巧宣传	(225)
71. 巧做生日广告三菱公司得利扬名	(226)
72. 台湾厂商推销服装的“糖衣炮弹”	(226)
73. 强力啤酒借免费饮用打开市场	(227)
74. 索尼老板巧打英国皇家牌	(228)
75. 美国人机场饭店的开业公关	(229)
76. 日立公司在美国巧处邻里关系	(230)
77. 百事可乐靠美好形象占领印度市场	(230)

- 78. 日本著名影星松日圣子开店 (231)
- 79. 台南动物园的真假熊猫 (232)
- 80. 利用天皇葬礼小型加热器打开市场 (233)
- 81. 借尼克松访华扬名得利的小小瓷器公司 ... (234)

第五章 商战策划

- 1. 美国微点公司反吞并的应急措施 (237)
- 2. 洛克菲勒的贷款陷阱 (238)
- 3. 洛克菲勒黑夜抢铺油管 (240)
- 4. 台湾厂商利用假冒品扩大知名度 (241)
- 5. 日商击败台湾轮胎经营者 (241)
- 6. 百事可乐夺得可口可乐的半壁江山 (242)
- 7. 金融巨头在香港的较量 (243)
- 8. 广州花园酒店坐收渔翁之利 (244)
- 9. 面粉大王设的“蒋干盗书”计 (245)
- 10. 台湾武田药厂探查伪冒品的抽奖活动 (246)
- 11. 苏联政府吊起美国粮商胃口 (247)
- 12. 日产低耗车抓住能源危机打入美国 (247)
- 13. 古尔德假合作真陷害 (248)
- 14. 台湾《军事家》迎战挑战者 (249)
- 15. 坚持用自己的牌子——索尼 (250)
- 16. 永利公司联合三井集团大败卜内门公司 ... (251)
- 17. 日本明治公司巧使价格分合胜对手 (252)
- 18. 香港惠康集团以平价战略胜百佳集团 (252)
- 19. 日商打到中国人老家的竞争之策 (253)
- 20. 松下断然将扼杀在摇篮 (254)

21. 通用汽车公司对付日本人的土星计划	(255)
22. 以强烈的敌对意识参加竞争	(256)
23. 中国可乐市场土洋大战	(257)
24. 并不担心的可口可乐公司	(259)
25. 法国克隆堡啤酒挑战海涅根打入美国	(259)
26. “喷脚好”一语双关占市场	(260)
27. 统领百货的商圈保卫战	(261)
28. 英国 BWF 用控股手段战胜对手	(262)
29. IBM 公司大胜苹果公司和王安公司	(262)
30. 大茂食品创造新名词的差异化策略	(263)
31. “通用”、“福特”一致对外战胜强敌	(264)
32. 声宝和三洋电视的“质量保证”之战	(265)
33. 伯特收购公司与沃尔玛商店竞争	(266)
34. 德国巴伐利亚汽车暗渡陈仓进入日本	(267)
35. 华尔克智夺尼加拉瓜航线	(267)
36. 富士乘奥运之机打入“柯达”老家	(268)
37. 章华厂与仁立厂明联营暗竞争	(269)
38. 英太郎致胜的法宝——偷客户名单	(270)
39. 三和雨衣“晚上能见度 100 公尺”	(270)
40. 卡内基迎战金融大王摩根	(271)
41. 卧薪尝胆卡西欧公司再振雄风	(272)
42. 柯达打到富士老家的反击行动	(272)
43. 松下拖延术打败索尼	(273)
44. 通用公司“调虎离山”合并丰田公司	(274)
45. 让著名银行家出面投标盖帝战胜强对手 ..	(275)