

The World's Top 500 Companies



金鸣 张敏 / 主编

TOP 500

世界500强企业

PINPAICHUANGXIN
ZHIDAO

品牌创新之道

创新 ◎ 销售 ◎ 顾客



北京出版社出版集团

北京出版社

The World's Top 500 Companies



F274
308



世界500强企业

品牌创新之道

创新◎销售◎顾客

主编 金 鸣 张 敏

编委 王志刚 叶婕妤 林永帅 何金聪

何小亚 黄 玲 俞 志 奚基跃

北京出版社出版集团
北 京 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌创新之道 / 金鸣, 张敏主编. —北京: 北京出版社, 2005

(世界 500 强企业丛书)

ISBN 7-200-06330-4

I. 品... II. ①金... ②张... III. 企业管理: 质量管理—经验—世界
IV. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 148575 号

世界 500 强企业

品牌创新之道

PINPAI CHUANGXIN ZHI DAO

金鸣 张敏 主编

*

北京出版社出版集团 出版

北 京 出 版 社

(北京北三环中路 6 号)

邮政编码: 100011

网 址: www.bph.com.cn

北京出版社出版集团总发行

新 华 书 店 经 销

北京秋豪印刷有限责任公司印刷

*

787 × 1094 16 开本 20.25 印张 212 千字

2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

印数 1—12 000

ISBN 7-200-06330-4

F · 323 定价: 28.00 元

质量投诉电话: 010-58572393



前言

美国著名的《财富》杂志，每年排列出世界 500 强最大的工业企业。世界各国的企业都把能跨进这个行列看成是一种殊荣，看成是自己的成功，更多的企业则看成是自己长期奋斗的目标。同样地，中国的企业也需要吸取世界企业的经验。世界企业在长期发展过程中，创造了现代企业的规范、制度、机构、观念和共同体。他们在经营管理、研究开发、人才引进、技术创新、企业文化等方面，都为我们提供了良好的借鉴。于是，我们编著了《世界 500 强企业团队精神之道》、《世界 500 强企业领导班子之道》、《世界 500 强企业成功管理之道》、《世界 500 强企业品牌创新之道》、《世界 500 强企业理财守业之道》等顶尖企业丛书。

本丛书以世界 500 强企业为主线，一、人才是世界 500 强企业成长壮大的资本，越来越多的世界 500 强企业重视到了这一点，例如：杜邦透明的人力管理模式、充满人情味的本田公司、韦尔奇与下属共筑通用公司的辉煌等；二、世界 500 强企业的新信条是，“少投入，多回报，速度快”。企业要走在竞争的前列，必须学会与时俱进。例如，三洋创造成功商品的五个要点、可口可乐新配方上市、尤尼莱佛公司打造食品行业的航母等；三、世界 500 强企业要获得迅速发展，除了产品能够满足客户的需要之外，同样也要满足客户的利益。例如：贝索斯和他的亚马逊网上书店、惠特曼掀起互

联网拍卖飓风、强生公司将责任负担到底等；四、世界500强企业将产品在无形之中大大地提高了它的竞争力。例如：世界服装品牌皮尔·卡丹的诞生、目光长远的雀巢食品公司、用户愿望高于一切的大众汽车公司等；五、世界500强企业制定出正确可行的发展战略目标，就是人们所要追求的创业精神。例如：目光专注的埃尔夫·阿奎坦公司、一个多样化的GE公司、赚钱最多的企业——三星公司等。本丛书中的世界500强企业反映了经济全球化的大背景下企业面临所的运行速度和运行规律。

本丛书力求突出以下特点：

1. 理论性与实践性相结合。本丛书融理论性与实践性为一体，既介绍世界500强企业管理的理论方法，又全面描述世界500强企业管理实务，将理论方法、实务、案例纳入一个完整的体系之中。

2. 知识性与趣味性相结合。本丛书立足于全面展现世界500强企业管理的基本知识方法，并注重形式的活泼和内容的可读性。

3. 针对性与可操作性相结合。本丛书自始至终贯穿大量实际应用的内容并采用世界500强企业管理案例，特别注意与我国企业的具体人力资源管理实际对接，为企业人力资源管理提供可操作的管理技术和技巧，具有实用性。

4. 学术性与创新性相结合。本丛书借鉴世界500强企业成功管理最新的学术成果，反映了世界500强企业管理研究的最新进展。在消化吸收发达国家世界500强企业经验的同时，尽可能地与中国本土文化衔接起来，并创造性地加以整合，观点新颖、富有创新性。

从以上特点来看，本丛书适合于现代企业管理者，人事部经理及管理人员，劳动人事部门干部案头查询以及广大经济管理专业的师生参考。



目 录

上篇 创新

世界 500 强企业认为,没有创新性思维,没有勇于探索和创新的精神,领导者只能停留在原有水平上,就不可能在创新中发展,在开拓中前进。开发内在的潜能,可以使你的能力达到一个新的高度。只要有新的经营理念,采用新的构想,创造新的工作方法,才能更好地抓住机遇,扩大战果,事业更上一层楼。

第一部分 训练创新性思维	(3)
不甘于屈居第二	(4)
独特的创意犹如雄厚的资金	(6)
掌握科技变革造就卓越	(8)
技术领先抢占市场商机	(10)
科学管理由标准化开始	(12)
弃旧图新领导潮流	(13)
零库存带来丰厚的收入	(16)
市场需要决定产品定位	(19)
产品开发的四种原理构思	(24)
激发创新的六种方法	(26)
三洋创造成功商品的五个要点	(28)

三洋公司的品牌打造	(31)
 第二部分 创新就要让思想突破常规	 (37)
追求企业持续不断的创新	(38)
创意的思想要敏锐	(40)
创意的最佳时间	(42)
让瞬间的灵感“动”起来	(45)
尝试去做的人才有出路	(47)
面对潮流不进则退	(50)
寻找朝阳产业	(51)
引导时尚潮流	(52)
发挥员工的创造性	(53)
康柏扩大企业知名度而占领市场	(56)
不断通向成功的谢夫隆集团	(58)
可口可乐新配方上市	(60)
化工领域内呼风唤雨的赫司特公司	(63)
尤尼莱佛公司打造食品行业的航母	(66)
 第三部分 品牌创新获取大利润	 (71)
依靠技术创新保持产品的市场优势	(72)
不断推出新产品	(74)
创新经商七招	(76)
创造新的经营方式	(78)
产品创新的五大技巧	(79)
产品开发以“奇”取胜	(81)
如何打造企业的拳头产品	(83)
品牌管理三策略	(84)

品牌重在以品质取胜	(88)
品牌扩张的内在冲动	(91)
品牌延伸要把握好“度”	(93)
从不便之处发现新业务	(95)
重视新产品的储备	(95)
诺基亚之路：从多元化转向专业化	(97)

中篇 销售

经营促销活动是有组织、有计划、有目的的整体行为，不是孤立的、零碎的四处出击，而是各种促销手段组合为一个完整的体系、互相配合运用、加强效果。经营者应根据不同市场情况适当选择、互相搭配、灵活运用各种促销手段进行营销。

第一部分 把自己培养成为推销强将	(101)
------------------------	-------

全世界最成功的人是推销员	(102)
总裁与下属必须齐心协力	(104)
选用合适的推销员	(106)
重视产品营销	(107)
推销员的良好形象	(108)
推销员必备的基本知识	(109)
陌生拜访促进成长	(111)
接近顾客的四阶段	(113)
推销员推介自己的方法	(115)
使用简单通俗的话语	(116)
别说客户顾忌的话和不懂的话	(117)
不要忘记肢体语言	(120)

带着闹钟去推销	(122)
处处留心客户无处不在	(123)
勇于面对拒绝	(125)
了解有关客户的资料及细节	(127)

第二部分 让推销员充满魅力

(133)

充满魅力的声音脱口而出	(134)
令顾客满意从打招呼开始	(136)
尊重顾客的姓名	(137)
递接名片的学问	(139)
体谅客户的情绪和面子	(141)
给每个客户都准备一顶“高帽”	(143)
巧妙选择话题接近顾客	(144)
商品展示要掌握分寸	(145)
睿智的问答擒获顾客	(147)
快速掌握商品知识	(148)
讨价还价中制胜	(150)

第三部分 对顾客发动情感攻势

(153)

顾客购物的十大心理	(154)
领会顾客的购买信号	(156)
抓住不愿交谈的客户的心理	(157)
与顾客沟通须因人而异	(159)
了解顾客的购买习惯	(161)
女人对化妆品永远不嫌多	(162)
用“情”打动老年顾客	(163)
心理促销活动的两大步	(164)

投其所好打动顾客	(165)
唤起消费需求的诱因	(166)
直接刺激顾客的“五觉”	(168)
心理推销应顺水推舟	(170)
坦诚介绍商品的优缺点	(172)
利用类比进行推销	(173)
注重趁热打铁彻底俘获顾客	(174)
敏锐把握成交信号	(175)
暗示成交促成交易	(178)
 第四部分 在不同情境下的推销	 (181)
选择至关重要的推销时机	(182)
送货上门要注意的 15 个细节	(183)
让顾客觉得物有所值	(184)
面对截然不同的两种顾客	(186)
与顾客巧妙“过招”	(187)
一次示范胜过一千句话	(189)
在销售中制造一种紧迫感	(190)
真诚对待精明的顾客	(194)
不要先挂电话	(195)
学会在适当的时候沉默	(196)
生意谈妥后记得问候客户	(198)
签约之后不要马上离开	(199)
 第五部分 诱导顾客“上钩”的技巧	 (203)
开发新客户必须注意的四个细节	(204)
招揽新顾客的九种方法	(205)

诱导顾客购买的最佳方法	(207)
根据顾客心理进行诱导	(209)
攻心为上方能吸引顾客	(211)
先发现偏好后分析类型	(213)
唤起顾客的购买欲望	(214)
拉近与顾客的距离	(216)
帮助顾客下决心	(217)
如何使买卖顺利成交	(219)
可口可乐里的别针	(224)
波音公司向市场全球化发展	(225)
贝索斯和他的亚马逊网上书店	(227)
惠特曼掀起互联网拍卖飓风	(230)

下篇 顾客

一个企业要想获得生存和发展，除了产品能满足客户的需要之外，同样也要满足客户的利益。这些利益除了产品本身带给客户的之外，还有的就是一些附加的成分，例如：服务等。所以说，在世界500强企业管理中，只有那种经营时不让顾客有丝毫的遗憾、不满，不再经营时让顾客遗憾万分的公司，才是真正经营成功的公司，才是名利双收的公司。

第一部分 树立“顾客至上”的理念

(235)

树立正确的顾客观念	(236)
顾客的信赖是最大的报酬	(237)
尊重顾客的选择	(238)
公司从上至下重视顾客	(239)

所有员工都在为顾客服务	(242)
建立顾客服务文化	(243)
用诚心打动顾客	(244)
顺应顾客的需要	(245)
把顾客利益记在心中	(246)
了解顾客的十种途径	(248)
了解顾客的真实需求	(251)
记录顾客的个人资料	(252)
收集更准确的顾客信息	(253)

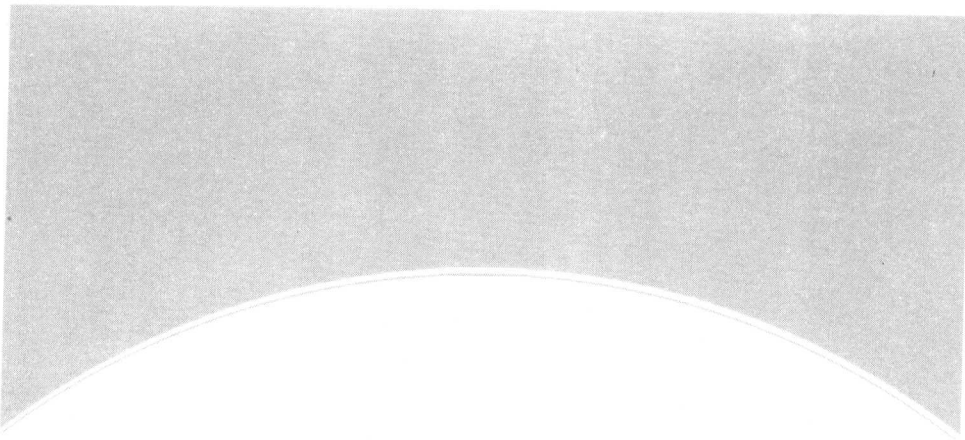
第二部分 注重与顾客交往的礼仪

如何与不同顾客打交道	(256)
接待顾客的 18 条准则	(260)
与顾客相处的艺术	(261)
重视服饰仪容	(263)
对任何人都应客气礼貌	(265)
礼貌待客赢得回头客	(266)
微笑是对顾客最好的欢迎	(267)
多给顾客一些赞美	(269)
多对顾客说“谢谢”	(269)
为顾客创造舒适的环境	(270)
回答顾客问题的五个步骤	(272)
接打电话注意礼貌	(274)
对待顾客要专心	(276)

第三部分 以顾客为中心提供更多的服务

以顾客为中心	(280)
--------------	-------

揣摩顾客心理	(281)
开架售货时的服务	(282)
根据顾客需要调整服务	(284)
围绕顾客设计服务	(285)
让你的店成为顾客的家	(286)
延长营业时间	(287)
考虑顾客的健康	(288)
为顾客提供更多服务	(290)
 第四部分 注重顾客的意见帮助顾客投诉	 (293)
制定服务计划	(294)
重视顾客意见卡	(295)
鼓励顾客填写意见卡	(296)
鼓励顾客提意见	(298)
诚心听取顾客意见	(299)
热情征求顾客意见	(301)
重视顾客的感受和眼光	(303)
虚心请教顾客	(304)
多听听顾客的声音	(305)
尽快处理顾客意见	(307)
扫清顾客投诉的障碍	(308)
帮助顾客进行投诉	(310)



上篇 创新

世界 500 强企业认为，没有创新性思维，没有勇于探索和创新的精神，领导者只能停留在原有水平上，就不可能在创新中发展，在开拓中前进。开发内在的潜能，可以使你的能力达到一个新的高度。只要有新的经营理念，采用新的构想，创造新的工作方法，才能更好地抓住机遇，扩大战果，事业更上一层楼。

第一部分

训练创新性思维

世界 500 强企业的总裁们说：创新是做大公司的唯一出路。没有创新，公司管理者肯定会毫无作战能力，也根本不可能有继续做大的可能。创新即突破常规，抓住机遇，找到新办法。

不甘于屈居第二

世界500强企业总裁比尔·盖茨的格言是：“我应为王。”即使是屈居第二，对他来说，也是不可忍受的。

他曾经对他童年时代要好的朋友说：“与其做一株绿洲中的小草，还不如做一棵秃丘中的橡树，因为小草毫无个性，而橡树昂首天穹。”

从小学一直到大学都不做笔记的比尔·盖茨却抄写过洛克菲勒的一句名言：“即使你们把我身上的衣服剥得精光，一分钱也不剩，然后把我扔在一个孤岛上，但只要有二个条件——给我一点时间，并且让一支船队从岛边路过，那要不了多久，我就会成为一个新的亿万富翁……”

由此看出，盖茨在小的时候，就有一种执著的性格和想成为人杰的强烈欲望。他的同学曾回忆说：“任何事情，不管是演奏乐器还是写作文，除非不做，否则他都会倾其全力花上所有的时间来完成。”

他的进取精神在整个年级是赫赫有名的，几乎没有一个同学能比得过他。盖茨读四年级时，老师给他们布置了一道作业，要学生写一篇四五页长的关于人体特殊作用的作文，结果，盖茨一口气写了30多页。又有一次，老师叫全班同学写一篇不超过20页的短故事，而盖茨却写了100多页。

他的同学回忆说：“比尔不管做什么事，他都要弄它个登峰造极，不到极致，他绝不甘心。”

盖茨身上散发出来的竞争精神似乎是天生的，但也与他童年时代的游戏、体育运动等密不可分。不管是与他姐姐克里斯蒂娜一起玩拼板游戏，还是在每年一度的家庭体育项目比赛上，或是与其他朋友在乡村俱乐部的游泳池里，他都会全力以赴，从不放过任何一次证明自己的机遇。

在上哈佛大学时，盖茨还一度迷恋上了扑克赌博。虽说是玩扑克，可盖茨一旦投入，所表现出来的绝不亚于对计算机的热情，就好像正在干一件他认为十分重要的事情一样。刚开始时，盖茨输得一塌糊涂。但他一点也不灰心丧气，