

小故事



小故事中蕴涵的经商智能

海潮出版社

大商道

经

商

贵

在

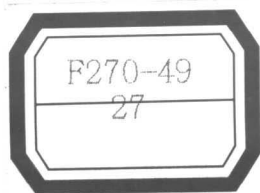
斗

智

经典
收藏本

商无定市。经商贵在斗智，善谋者胜。这就是商道。

商道是如此重要且神秘地存在着，商道似乎主宰着商
人的一切。离开商道，生意即使做得成，多半也纯粹
是偶然，属于半路发家，不可长久。只有对商道了如
指掌，才会最快地获得成功。



小故事

经

商

贵

在

斗

智

大商道



小故事中蕴涵的经商智能

达 编著

海潮出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

小故事 大商道 / 志达编著. —北京: 海潮出版社,
2005

ISBN 7-80151-962-0

I. 小… II. 志… III. 企业管理-通俗读物
IV. F270-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第101832号

小故事 大商道

志 达 编著

☆

海潮出版社出版发行 电话:(010)66969736

(北京市西三环中路19号 邮政编码100841)

中国电影出版社印刷厂印刷

开本:787×1092毫米 1/16 印张:30.75 字数:450千字

2005年10月第1版 2005年10月第1次印刷

印数:1-5000册

ISBN 7-80151-962-0

定价:56.80元

前

言

PREFACE

一位院士曾撰文指出：“中国企业最缺少的是——管理，那些深陷困境、风光不再的国内明星企业，危机多半来自经营管理不善，企业的竞争实质上是管理水平的竞争……”

可以说，当前国内企业面临的挑战与其说是资金、技术问题，不如说是一个管理问题，因为管理才是企业兴衰的关键。很多企业一直沿用陈旧过时的管理模式，而这些管理模式早已不能适应时代的变化和经济的迅速发展，结果造成了企业经营效率低下，其中之一就是资源的严重浪费。

目前，在全球市场经济潮流的推动下，改变中国企业陈旧的、制约经济发展的管理方式、方法，已势在必行。值得庆幸的是，“今天的管理者非常幸运，因为我们有近一百年的管理理论和思想演进的历史可以回顾，我们可以站在巨人的肩膀上进行发展创新”——著名管理专家杨文士语。但是，面对浩如烟海的管理丛书以及瞬息万变的市场环境，国内各行业的人士却又感到无从下手、把握不准；加上日益加快的生活节奏，许多有志于管理事业的人士又感到力不从心、来不及消化。这一方面是由于当前国际经济与国内经济日益融合的大背景，另一方面也与市场上参差不齐的管理类书籍有关。有些人在金钱利益的诱惑下，昧心地将一些与真正的管理无关的东西或添油加醋，或东拼西凑地叠加在一

前言

PREFACE

起，做成一本乱七八糟的书，匆忙出版，到头来只能是将众多企业和职场人士引入歧途，而不能真正地服务于读者大众。

每念及此，编者莫不痛心疾首，遂决心编纂一本真正的管理类书籍，以有利于发掘各界管理人士的才华，激发各行管理者的潜在能力，于是便有了摆在诸位方家面前的这本《小故事 大商道》。期望她的面市能抛砖引玉，使越来越多汇集管理精髓的书籍能服务于读者大众。

另外，本书一改以往诸多书籍偏向于介绍繁琐的管理方法和公式、定律的模式，以人们喜闻乐见的寓言故事作引子，以典型案例、经典管理范式或著名管理人士的成功感言为主线，最后以精炼的语言落脚到一些重要提示上。可以说本书是众多管理人士多方才能的汇合、集体智慧的结晶。相信每位读者都可以从中领悟到有益的答案。

正所谓“复杂的管理制度不如一个简单的提示来得有效，艰深的管理哲学不如一个精彩的故事更能打动人心”——北大某教授讲座语。直接高效，才是一切管理思想的核心。希望本书的出版能为您繁忙紧张的工作增添轻松，令您的工作蒸蒸日上，百尺竿头更进一步。如能有此功效，吾愿足矣！

黄永军

2005年8月18日于北大



序

两个开发商，一个在城东 10 里开发圆梦花园，一个在城西 10 里开发云泉山庄。城东的聘请了最好的设计师，使用了一流的施工队，城西的也是如此。

一年后，总投资 10 个亿的圆梦花园建成了。60 栋楼房环湖排列，波光倒影，清新雅静，曲径回廊，处处花草，置身其中，真如在花园中一般。不久，云泉山庄也竣工了，它真像一座山庄，60 栋楼房依山而筑，青砖碧瓦，绿树掩映，清风徐徐，松涛鸟鸣，确实是理想的居住地。

圆梦花园首先在电视上打出广告，接着是报纸和电台，他们打算投资 1000 万做宣传，让圆梦花园成为购房者真正圆梦的地方。云泉山庄建好后，也拿出 1000 万，不过它没有交给广告公司，而是给了公交公司，让他们把跑西线的车由每半小时一班增加到每 5 分钟一班。一个月后，云泉山庄售出的房是圆梦花园的 10 倍。一年过去，云泉山庄开始清盘，圆梦花园开始降价。

现在去云泉山庄的车每 2 分钟就有一班，坐这条线路上的车，人们可以得到一张如公园门票大小的彩色车票，它的正面是云泉山庄的广告，反面是一首四言绝句，这种车票每周一换。据说，云泉山庄有个孩子已在车上背了 400 多首唐诗，最少的也背了 50 多首。

前不久，圆梦花园申请破产，云泉山庄借势收购。从此，市区又多了一条车票上印有宋词的线路。





最能干的人，不是等待机会的人，而是善于剑走偏锋，攫取机会，驾驭机会为自己服务的人。文无定体，商无定市。经商贵在斗智，善谋者胜。这就是商道。

道，有万千。何以有的容易走得通，有的却行之不久即夭折而湮没无闻？在商言商，对于商人来讲，经商经得漂亮，生意做得红红火火，弄清商道是必不可少的。商道融智慧与能力为一体，是敏锐的目光、从容的心态和果敢的决策的有机结合。商道是历代商人在商旅生涯中不断累积的智慧，那是一种最好的无形资产，也是打开事业成功之门的钥匙，尤其是在今天这个用头脑思考的时代，发现并利用它去创造价值非常重要。

可是，商战无情，真正能成功者可谓凤毛麟角，失败者轻则赔钱费力，惨则倾家荡产，更有人为此丢掉了性命。如何轻轻松松经商，轻轻松松赚钱，关键是一个“道”字。掌握了这个“道”，便如顺水行舟，事半功倍。

商道是如此重要且神秘地存在着，商道似乎主宰着商人的一切。离开商道，生意即使做得成，多半也纯粹是偶然，属于半路发家，不能长久。只有对商道了然于胸的商人，才会最终得到满意的回报。

纵横五大洲，经商数千年，所有的成功商人，都是以其独特的商道，汇聚了巨额的资财。今天，我们来研究这些小故事中蕴涵的精深奇特的经商智能，我们会发现，他们是如何占得先机、获取利润的，又是如何在经营之路上建立起了自己商业的霸权的。

如果你想迅速学会赢得财富的妙法；如果你想成为现代商业社会中的赚钱高手；如果你想学习和借鉴别人的成功与失败的经商经验；如果你希望在经商的人生旅途上少走些弯路；如果你想涉足商海，大展宏图，但有些困惑找不到解决的方法……请尽快阅读这本《小故事 大商道》吧！





目 录

上 篇 管理篇

员工和人才：企业的真正主人

不要为盛名所累，才干才是惟一标准	003
量才适用才能物有所值	009
宁要不时顶撞，不要唯唯诺诺	013
管理的艺术就是会用人	017
别让工作经验悄悄蒙上你的眼睛	021
千方百计挖墙脚以夺取优秀人才	025
拉开人才档次，有优秀的人才才有优秀的企业	028
领导要有长远眼光	032
激励决不拖延	035
先踢他一脚，再同他一起上路	038
员工是企业的“衣食父母”	041
人才就是企业的财神爷	045
让员工为自己的工作自豪	049
让员工积极主动地工作	052
危机时刺激员工需要技巧	054
痛并快乐着	057
适当揭开透明度，可拉近彼此间的距离	062
面对不满，有容乃大	064
最有效的工具是团队章程	066





顾客与服务：企业生存的粮食

打好服务这张牌	071
要一流的设施，更要一流的微笑	074
千万别把“上帝”瞧扁了	078
顾客就像是情人，需要时时放在心上	085
鱼儿离不开水，产品离不开大众	088
学会“借力打力”，方能达到至高境界	093
真诚对待消费者	096
将危机消灭在萌芽状态	099
密切关注市场，随时变化自我	101
服务第一，营销第二	103
诚信无价	107
将企业战略推到顾客面前，让其监督	110
倾听是一门艺术	114
找准突破口，做好营销广告	119

竞争和改革：企业发展的动力

竞争时刻存在，管理不容大意	125
不但要敢于冒险，而且要善于回避风险	130
当留则留，当弃则弃	135
仿效也要有水平	139
创新是推动企业进步的重要力量	142
以新的眼光来调整经营策略	146
舍不得孩子套不住狼——降价是占领市场的一大杀手锏	149





销售追求“名人效应”	153
降低成本，杜绝浪费	155
改革需要果断的“无情杀手”	158
弃旧换新是企业起死回生的法宝	162
告别文山会海，开展有效工作	166
速度是竞争中不可或缺的因素	169
生存，然后壮大	172
有效的撤退是理智的进步	178
通过收购兼并，力求做大做强	180

战略与决策：企业成长的关键

尊重理论、创新和时间	187
充分发掘潜力，寻找致富之路	189
要善于抓住成功的突破点	192
研究经济有助于决策	196
良机绝不能轻易错过	197
投其所好，各取所需	201
正确的决策只在一念之间，不要失去后才后悔	205
要有与众不同的理想信念	208
民主平等想办法，心平气和做生意	210
以纯正之心管理企业	213
充分合理地利用各种资源，须知凡物必有用	215
独树一帜，巧配资源	218
转变旧观念，探索新途径	221
因地制宜，创造市场	225





用事实说话	227
培训是企业战略中不可忽视的部分	230
正确的决策来自集体的智慧	234

下 篇 销售篇



销售进行前：不打无准备之仗

守信乃推销之本	241
目标是推销员的行动指针	243
态度决定一切	245
多方搜集情报，做到知己知彼	248
学习怎样接近客户	254
己所不欲，勿施于人	258
热爱你的职业，做快乐的销售人员	260
得体的穿着能够增加信心，赢得好感	262
理清人脉关系，生意自然来	264
不用为你的安全担心	267
销售需要耐心，浅尝辄止不可取	272
尊重他人，才能赢得尊重	274
欲通经理关，先过秘书坎	277
给客户提供他们所缺少的东西	279
不断进取是销售成功的翅膀	281
对待客户要有一颗感恩的心	284
树立志在必得的自我形象	289





关爱和尊重能感动“上帝”	293
学会冷静思考，抓住可用信号	295
把握说话分寸，千万别推销过分	300
亲身示范比简单说服更有效	303
克服胆怯心理，增强成功的勇气	305
行动，就有可能成功	308
自信人生二百年，会当击水三千里	313
置之死地而后生，舍掉顾虑上阵	318
不要总是说服别人，而要为顾客提供服务	323
销售有学问，关键靠智慧	327
先啃硬骨头，才能越吃越香	331

销售进行时：是骡子是马拉出来遛遛

兵贵神速，做到话出口款到手	337
皇天不负苦心，精诚无所不开	341
“why”（为什么）的伟大之处	346
两个耳朵一张嘴——听比说重要	350
唤起顾客的需要才能推销成功	353
千万不要吝啬你的溢美之词	355
报价有学问，须待成熟时	358
善做名人广告，巧仿他人成交	360
一分钟搞定的事不要拖15分钟	362
不可贪多贪大，适当说“不”无碍	364
不要歧视任何一名潜在主顾	366
注重每一个细节	369





记住别人的名字和面孔	371
战胜懒惰和拖拉，努力工作出成绩	373
既要想出法子，又要做出样子	377
避免无谓的争论与冲突	380
入乡随俗，不要触犯民族禁忌	383
打破常规出奇制胜	386
抓住机会，多认识些准客户	390
“打拉结合”其妙无比	394
面对拒绝惟有坚持不懈	396
有第三者“推波助澜”，推销起来很舒服	400
合理把握时间差	404
问，要问出水平	406
猎奇，可以带来财运	411
互补互利，努力达到共赢	414
精神集中，能在推销中处于主动	418
站在顾客的立场考虑问题	420
有感情地讲故事，有事半功倍之效	425

销售进行后：永续销售神话

成交后，不要忘了握手和称赞	431
千万别收完钱就溜	433
结束时，留下难忘的背影	435
签约后，不要因小失大	438
常与客户保持联系	440
有效沟通什么时候都不能少	443





承诺的服务应及时兑现	445
以感谢来挽回客户的抱怨	448
从客户中开拓“人脉资源”	451
周到的售后服务，赢得信誉	454
服务不是浪费时间，而是成功的继续	456
优质优价，销售有方	459
销货始于售后	462
区分真假异议，采取不同对策	465
以最简单的方式结束	469
几十年如一日，你可以创造奇迹	471
与家人分享成功的喜悦	474



上篇 管理篇

员工和人才：
企业的真正主人



不要为盛名所累，才干才是惟一标准

黄金寓言：

在一个很远的地方，生活着几个动物部落，每一个部落都形成独立的王国，就像人类社会的每个国家。

国与国之间难免要互相竞争，各个部落的首领都意识到了人力资源的重要性，于是展开了一场人才争夺战。

其中有一个叫秦天的部落居住在一片贫瘠的土地上，生活条件十分差，肉食动物有时候为了果腹，都不得不改吃植物。在这样的国度，人才显得尤其重要。

“我向来是求贤若渴，可我们秦天的条件实在太差，”有一天，狮子大王哀叹道，“几个部落里的知名谋士，我都私下拜访过了，可没有一个愿意到我们国家来。”

狮子大王的众多大臣也跟着一片哀叹，都说挖不到人才，国家会更加落后，国家落后就更加找不到人才，如此陷入恶性循环，总有一天国将不国。

就在这时，一只小蚂蚁站了出来，高声说道：

“大王，依臣之见，不妨转换思路。”

大臣们都把眼光转向小蚂蚁。

蚂蚁在这个国度的地位十分低下，几乎没有哪一种动物看得起它们。这时，好几只动物冲小蚂蚁说：“小小蚂蚁，你懂得什么，别烦大王了！”

狮子大王却鼓励小蚂蚁说下去。

