

實用智慧叢書26

伊吹 卓◎著
沈永嘉◎譯

如何成爲

商場高手

成爲商場高手的兩大祕訣——申訴法、觀察法

如何開發出暢銷商品？如何締造長紅業績？

如何成立默契極佳的團隊？何種經營術可以創造出優秀企業？

只要使用一種適用於商場、人際關係、培育人才的簡單法則就可達到，

詳閱本書即可獲得解答！

實用智慧叢書 26

如何成為**商場高手**

作者／伊吹卓

譯者／沈永嘉

漢欣文化事業有限公司

如何成為商場高手/伊吹卓著；沈永嘉譯。
--初版--臺北縣新店市：漢欣文化，民 88
面： 公分，--（實用智慧叢書：26）

ISBN 957-686-295-7 (平裝)

1.組織(管理) 2.企業管理—哲學，原理 3.領導論

494.2

88011009



有著作權・侵害必究

定價 220 元

實用智慧叢書 26

如何成為商場高手

作 者／伊吹卓

譯 者／沈永嘉

責任編輯／張玉櫻

發行人／楊炳南

出版者／漢欣文化事業有限公司

地 址／231 台北縣新店市中正路 540 號 5 樓

電 話／(02)2218-1212

傳 真／(02)2218-0101

郵撥帳號／0583759-9 漢欣文化事業有限公司

營業時間／星期一至五早上 8:30 至下午 5:00（國定假日休息）

登 記 號／局版台業字第 2855 號

印 刷 所／傑泰印刷有限公司

頁 數／320 頁 (80P)

初 版／中華民國 88 年 9 月

本書如有缺頁、破損或裝訂錯誤，請寄回更換

ISBN957-686-295-7

BAKA NI NAREREBA SEIKO SURU by Taku Ibuki

Copyright © 1998 by Taku Ibuki

All rights reserved

First published in Japan in 1998 by PHP Institute, Inc.

Chinese translation rights arranged with Taku Ibuki

through Japan Foreign-Rights Centre/Hongzu Enterprise Co., Ltd.

前言

一九九七年十二月，我參加一家鼎鼎有名大公司的營業員進修會，會場中聚集了服務年資超過十年的資深營業員。

但那家大公司在業界是唯一營收呈現赤字的公司，因而成為熱門的話題。

首先，我刻意質問：

「各位聽眾，有沒有聽過『商場高手的兩大祕訣』這句話？如有聽過，請舉手。」

果然不出所料，無人舉手。

接著，我又說：

「所以，貴公司的營收才會呈現赤字。連商場高手的兩大祕訣都不知道的公司，生意當然做不好。」

如此給他們一個當頭棒喝，無非是要他們進行「意識革命」。

最近，我強烈主張要「意識革命」。

*

提到日本「朝日啤酒」的「超級加辣」此一品牌，自從它於十年前大大暢銷以來，一直廣受人們矚目。但此一品牌問市，與我有若干關連呢！原來，當時朝日啤酒的營業經理M先生，曾到過我的辦公室，並接受我向他灌輸「意識革命」。直到如今，我仍深信，如果當時沒有向他灌輸「意識革命」，此一「超級加辣」的品牌就不可能問市。

每次只要回憶起此事，就重新體驗「意識革命」的重要性。

*

時代以排山倒海之勢正在變化中。

大公司也隨之競相倒閉。

其理由非常簡單。

當社會起變化之時，我們也必須跟著改變想法，但是人們總是拙於「改變想法」。

就人類整體而言，總是趨向保守。為此，人類的歷史常被逼得走投無路、進退維谷。為求突破此一僵局，就必須「革命」。

至於「意識革命」也是同樣的道理。爲了克服改革時期，每一個人都必須革命。

*

我的「意識革命」是在發現「商場高手的兩大祕訣」（申訴法、觀察法）之時，才興起的。

我針對兩大祕訣共寫了十幾本書。承蒙各位的青睞，其中有幾本還名列暢銷書排行榜呢！

長期以來，我既然已經寫了那麼多本書，對於兩大祕訣已沒有什麼好寫了；但最近我的心裡突然強烈地想寫有關兩大祕訣總集的書。

我之所以會產生此一強烈意願，是因爲下面各種動機所引發的。

第一個動機：曾幾何時，這「兩大祕訣的形象」已大幅成長，甚至改變風貌。

下面概述它在成長時所改變的風貌。（回顧過往，自從十五年前發現兩大祕訣以來，我發現它「每三年即盤根錯結一次」地擴大其形象。）

第一期 兩大祕訣是偉大的推銷術，只要使出兩大祕訣，必定暢銷。（《為什麼會滯

銷？》，PHP研究所出版）

第二期 兩大祕訣是日本發明的推銷術。（《拋棄以前的推銷術》，日刊工業新聞社出版）

第三期 兩大祕訣即是企畫術，只要使出兩大祕訣，必定暢銷。（《開發暢銷商品百分之

百》——後更名為《製造暢銷商品的人》，太陽標誌出版社出版）

第四期 兩大祕訣是超群的能力開發術，只要使用兩大祕訣，在短期內即可培育出推銷

高手，塑造出暢銷廠商。（《人財革命》，PHP研究所出版；《暢銷所需要的潛能活用術》，日刊

工業新聞社出版）

第五期 兩大祕訣是偉大的經營術。只要持續使用兩大祕訣，這家公司一定前途光明。

引起寫本書意願的第二個動機：由於經濟風暴迫在眉睫，被此一危機感所迫，因此我認為在此時機，正好可以利用兩大祕訣。

第三個動機：去年，我經歷過幾次因兩大祕訣而引發的戲劇化而美妙的遭遇；其中最使我感動的是某一家流行商品製造廠商的情況。

我到該公司指導其商品開發小組的三十名成員，為期一年，每個月指導一次。想不到分別在六月、九月、十一月，前後三次有暢銷商品問世，而且其中之一雖然是只賣三千日圓的商品，想不到一個月竟賣出一百萬個之多，真嚇人！

於是讓我重新體會到商場高手的兩大祕訣的威力。

*

常聽人們說：「人生不如意事，十之八九。」如果我們堅決將不如意轉變為如意，那就是兩大祕訣所強調的感覺，又豈容我們加以輕視？

因此，才有必要進行「意識革命」，其實這一點並不難。

首先，要有「行動優先」的意識，認為：

「不懂有什麼關係，先做再說。」

但願各位務必把「商場高手的兩大祕訣」付諸實行，並且持之以恆。如此才能將危機化為轉機，有所突破。最後，榮冠將閃耀在你的頭上。

伊吹 卓

《目錄》

前言／3

序章 研究優秀的董事長之後才體會愚人道／17

- 1 經營像變魔術一樣／18
- 2 不知為什麼總是暢銷／21
- 3 不知為什麼不斷推出暢銷商品／24
- 4 不知為什麼好人才齊聚一堂／26
- 5 真諷刺！一位差勁的董事長為我解謎／29
- 6 優秀董事長的心不是凡夫俗子所能了解／32
- 7 大智若愚的優秀董事長／35

第一章

愚人道

大智若愚的優秀董事長／53

- 8 優秀董事長們的「大智若愚語錄」／38
- 9 研究優秀的董事長之後才體會「愚人道」／40
- 10 發現「愚人道」／43
- 11 愚人道的起點是老子／46
- 12 水的詩、女的詩／49
- 1 大智若愚在東方被譽為美德／54
- 2 從武道、天道到道理、道德／56
- 3 「道」就是天道／59
- 4 向老子學習「大智若愚」的董事長們／62
- 5 牛蒡有牛蒡的澀味；秋冬有秋冬的澀味／65
- 6 虛張聲勢不如根深蒂固／68
- 7 經營者要具有老子的構想法／71
- 8 孔子的教義在課本上；老子的真諦卻在原理上／73

第二章

修羅道

(奮鬥的戰場)

吃得苦中苦，方為人上人／101

9 「既然不像教科書所寫的」，那麼就付諸行動／76

10 一群優秀董事長們的老子構想法／79

11 天下雨即撐傘／82

12 愚人道的三十三個優點／84

13 證言一：我對世上99%的事一竅不通——松下幸之助／87

14 證言二：強調自己無知——本田宗一郎／90

15 證言三：失敗經驗愈多的人愈可靠——三澤千代治／93

16 愚人道支撐著東方的經營／96

17 忘了愚人道就不是優秀的董事長／99

1 想走入愚人道中，最好多吃一點苦／102

2 趁年輕時，買也要買苦苦來吃／105

3 苦難能培育人才／107

4 吃得苦中苦，方為人上人／110

第三章

商道一

首先掌握「暢銷的祕訣」——

商場高手的兩大祕

訣／131

- 5 證言一：我是日本最失敗和最成功的人——大塚正士／113
- 6 證言二：小便中有血即是曙光初現時——松下幸之助／116
- 7 證言三：若遇到難關，不妨假定自己已死——三澤千代治／119
- 8 你會置身於奮鬥的戰場上嗎？／122
- 9 奮鬥的體驗是一種榮耀／125
- 10 浪漫主義者具有奮鬥的體驗／128
- 1 經營是教也教不來的！／132
- 2 經營上的十三個煩惱／135
- 3 經營上的「斯芬克斯之謎」／138
- 4 專業董事長的神乎其技乍看非常平凡／141
- 5 從發現兩大祕訣到愚人道／146
- 6 讓每一個人都能體驗奮鬥戰場的奇妙方法／151

第四章

商道二

活用經營方法的兩大祕訣／189

7 空談不如實證，靠兩大祕訣就能不可思議地暢銷／155

8 不斷推出暢銷商品的兩大祕訣／158

9 我見過數百個成功者／160

10 商場高手的兩大祕訣系列／163

11 一系列的書成為最佳暢銷書／166

12 證言一：「三和酒類公司」的例子／169

13 證言二：「伊藤商店」的例子／172

14 證言三：「P & G公司」等的例子／175

15 《Excellent Company》和兩大祕訣／178

16 消費者可怕的惡言惡語／181

17 商道就是愚人道／185

1 混亂中的經營方法——行銷、品管、顧客滿意／190

2 對「洋魂洋才」要提高警覺／193

3 上超市罰站一天／196

4 只要掌握「需求」，必定暢銷／199

5 兩大祕訣即是掌握「需求」的祕訣／202

6 銷售所需的品管活動／205

7 發現「好到什麼程度」、「壞到什麼程度」／208

8 使CS成功的兩大祕訣／211

9 掌握「關鍵資訊」／214

10 使用兩大祕訣即可活用資訊／217

11 Restructure 和 Reengineering／220

12 兩大祕訣是萬能的經營方法／223

第五章

商道三

優秀的董事長能活用兩大祕訣來培育人才

／227

1 既然連我都做得到，還有誰做不到／228

2 教育高手不施教／231

第六章

人際之道

實行兩大祕訣就可看清社會百態／259

3 優秀董事長的育人術一：施教的結果是把人教傻了／234

4 優秀董事長的育人術二：以不施教的方法教之／237

5 優秀董事長的育人術三：人人皆天才，行行出狀元／240

6 證言一：上超市罰站三小時——丸田芳郎／243

7 證言二：經理得去嘗試一下剩菜——堤義明／246

8 證言三：周遭的人都是我的老師——江崎利一／249

9 培育人才的高手才不會預設框架／252

10 人類是萬物之靈／255

1 能裝傻的人就能精通人性／260

2 裝傻就可看清人心／263

3 裝傻才可產生領袖魅力／266

4 領袖魅力一——人望／269

5 領袖魅力二——器宇／271

第七章

經營道

向優秀的董事長學習經營觀／289

- 6 領袖魅力三——預言力／274
- 7 證言一：第六感最重要——拿破崙·希爾／277
- 8 證言二：我只做極其當然之事——伊藤雅俊／280
- 9 證言三：我一向只錄取比董事長優秀的人——三澤千代治／282
- 10 狗是靠鼻子的動物；人類是靠眼睛的動物／285
- 1 提倡「愚人道」經營術的七段構想／290
- 2 書寫經營計畫書就可快速發展！／293
- 3 不要「畫餅充飢」／296
- 4 製作經營計畫書的四個要點／298
- 5 經營計畫書就是反省書／300
- 6 成功的構想法和失敗的構想法／303
- 7 有夢想才是出色的經營計畫／306
- 8 觀察其經營觀即可知經營者的水準／309