

新开小公司必读

陈企华 编著

中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

责任编辑:王 静

封面设计:大 慧

图书在版编目(CIP)数据

新开小公司必读/陈企华主编.—北京:中华工商联合出版社,2004

ISBN 7-80193-108-4

I.新... II.陈... III.公司—企业管理
IV.F276.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 037858 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编:100027 电话:64153909

网址:www.gslebs.com.cn

北京大运河印刷有限责任公司印刷

新华书店总经销

880×1230 毫米 1/32 印张 13.75 269 千字

2004 年 6 月第 1 版 2004 年 6 月第 1 次印刷

ISBN7-80193-108-4/F·57

定 价:27.80 元

前 言

历史的经验告诉我们,无人能仅靠薪金及节俭致富,要大富必须靠投资创业。创业正在成为当今社会的一种时尚,成为实现人生价值的一种重要手段。而创办小公司则成为人们创业的一种主要选择。在市场经济条件下,创业是一门科学,也是一门艺术。

自从中国推行改革开放政策以来,各种小公司如雨后春笋般在全国各地纷纷建立,其发展形势喜人,势头迅猛,在国民经济中所占比重不断增加。随着中国于2001年12月正式加入世界贸易组织,中国的小公司和国内的其他企业一样,既面临着广阔的机遇,又面对着前所未有的挑战。随着2004年中国修宪,保护公民合法私有财产第一次写入宪法,可以相信,新一轮私人投资创业热潮会滚滚而来。

虽然中国每年有数百万家小公司诞生,但只有很少的一部分人成功了,绝大多数创办人在历经磨难之后最终还是失败了,还有一些人则在创业之初便遇到了各种困难而停滞不前。

据美国商业部统计,美国私人投资的小型公司由于经营不善及其他原因,在创业第一年倒闭的占80%。实践证明,如果懂得借鉴过来人创业的经验教训,就能少走弯路少碰壁,将赢利的时间提前到创业的第一年、第一个月甚至第一天。

一家小公司的成功经营,涉及方方面面的工作。由于小公司的资本弱小、势单力薄,抵御风险能力弱,面临竞争压力大,但

是,小公司也有经营方式灵活、船小好掉头的优势,这就要求小公司要主动把握市场动向,更善于管理。

本书不仅告诉读者如何注册小公司,还告诉读者如何经营、管理好小公司,妥善处理经营中遇到的各种问题,涉及创办与经营一家小公司的全过程。书中所述的方法与技巧皆来自于创业者的实践经验教训和作者的长期深入研究,力避纸上谈兵的空洞乏味。本书融可读性、实用性、知识性、技巧性于一炉,堪称一本实用的小公司经营管理宝典。

目 录

第一章 了解小公司

- 一、小公司的界定 (1)
- 二、小公司的现状与特点 (2)
 - 1. 小公司的行业分布面广 / (2)
 - 2. 小公司内多种经济成分并存 / (3)
 - 3. 小公司的生产力水平参差不齐 / (3)
- 三、小公司的地位和作用 (4)
- 四、小公司经营优势 (5)
 - 1. 小公司的领导者有充分的自主决定权 / (5)
 - 2. 小公司机构精干,便于管理 / (6)
 - 3. 小公司规模小,经营机制灵活多变 / (7)
 - 4. 小公司更易发挥人的积极性 / (7)
 - 5. 小公司更了解自己的顾客 / (8)
 - 6. 小公司能够突破地域等方面的限制 / (8)

第二章 小公司的工商登记

- 一、工商登记的流程与程序 (10)
 - 1. 工商登记流程/ (10)
 - 2. 工商登记的程序/ (11)
- 二、公司名称申请 (11)
 - 1. 申请企业名称/ (11)
 - 2. 企业名称申请登记管辖/ (14)
 - 3. 企业申请名称预先登记应提交的文件、证件/ (15)
 - 4. 申请名称预先登记应填写的表式/ (16)
- 三、公司设立的条件 (22)
 - 1. 申请设立有限责任公司应当具备的条件/ (22)
 - 2. 有限责任公司设立登记/ (22)
 - 3. 设立公司应填的表格/ (23)
- 四、办理工商手续的具体步骤 (36)
 - 1. 公司名称预先登记/ (36)
 - 2. 领取“公司设立登记申请书”/ (37)
 - 3. 前置审批/ (37)
 - 4. 存注册资金入准备开户的银行/ (38)
 - 5. 办理验资报告/ (38)
 - 6. 工商注册的审批、领取营业执照/ (39)
 - 7. 后置审批/ (40)

8. 公章备案及刻制/ (40)
9. 企业法人代码登记/ (41)
10. 开立银行账号/ (42)
11. 开转资证明和划转资金/ (42)
12. 地税登记/ (43)
13. 国税登记/ (44)
14. 统计登记/ (45)
15. 社会保险登记/ (45)
16. 领取工资登记手册/ (46)

五、北京市对企业工商登记的最新规定 …………… (47)

1. 凭身份证即可办理名称登记注册/ (48)
2. 内资企业注册资本(金)实施分期缴付制/ (48)
3. 简化注册资本(金)验证办法/ (49)
4. 内资企业经营范围不再核定/ (49)
5. 内资企业章程审查实施备案制/ (50)
6. 鼓励企业改组改制/ (50)
7. 完善退出机制/ (51)

六、上海市和海南省对企业工商登记的最新规定 …… (51)

1. 上海市实施扩大出资者范围的政策/ (51)
2. 海南省开放企业经营范围限制的规定/ (52)

第三章 新开小公司的行业选择

- 一、小公司容易介入的热门行业 (53)
 - 1. 餐饮业/ (53)
 - 2. 信息产业/ (54)
 - 3. 旅游业/ (54)
 - 4. 保健业/ (55)
 - 5. 零售业/ (56)
 - 6. 广告业/ (56)
 - 7. 图书业/ (57)
 - 8. 职业培训业/ (57)
 - 9. 租赁业/ (58)
 - 10. 中介服务业/ (58)
 - 11. 体育产业/ (59)
- 二、选择最感兴趣或最熟悉的行业 (59)
- 三、见效最快的创业方向选择 (63)
 - 1. 重工不如轻工/ (64)
 - 2. 大型不如小型/ (64)
 - 3. 求全不如求专/ (65)
 - 4. 用品不如食品/ (65)
 - 5. 男人不如女人/ (66)
 - 6. 大人不如小孩/ (66)
 - 7. 新建不如租赁/ (67)

四、最有利可图的行业 (68)

1. 女性是商家最好的客户/ (68)
2. 儿童商品市场前景看好/ (72)
3. 满足虚荣心的行业利润大/ (72)
4. 为了健康长寿,人们舍得花钱/ (73)
5. 利用现代人的惰性心理赚钱/ (74)
6. 新兴休闲行业是摇钱树/ (74)
7. 物以稀为贵/ (75)
8. 利用众人感到困惑的心理赚钱/ (76)
9. 高档商品或廉价商品都有丰厚的利润回报/ (76)

五、行业选择禁忌 (77)

1. 视野狭隘,目光短浅/ (77)
2. 脱离现实/ (78)
3. 盲目行事,随波逐流/ (79)
4. 心高气傲,自以为是/ (80)

第四章 新开小公司的各种前期决策

一、确定公司形式 (82)

1. 什么是有限责任公司/ (82)
2. 什么是股份有限公司/ (85)
3. 小公司主要采用有限责任公司的形式/ (87)

-
- 二、公司名称的确定 (89)
 - 1. 好名称带来好效益/ (89)
 - 2. 给公司命名的技巧/ (92)
 - 3. 公司命名的注意事项/ (96)
 - 三、公司标志的设计要有艺术性和个性 (99)
 - 1. 通过图案和色彩反映公司的理念/ (99)
 - 2. 形象鲜明能给人留下深刻印象/ (100)
 - 3. 要体现公司的独立性/ (100)
 - 四、场所选择 (102)
 - 1. 不同行业的选址技巧/ (102)
 - 2. 都市里的“黄金口岸”/ (108)
 - 五、合作伙伴的选择与相处 (111)
 - 1. 谨慎合伙/ (111)
 - 2. 选择合适的合作伙伴/ (113)
 - 3. 合作成功的秘诀/ (115)
 - 4. 合伙人容易产生矛盾的原因/ (117)
 - 5. 合伙人容易产生的两种矛盾/ (119)
 - 6. 怎样化解合伙人之间的矛盾/ (121)
 - 六、创业策划书的写作 (122)
 - 1. 创业策划书的框架/ (123)
 - 2. 创业策划书的思考方法/ (124)

第五章 小公司经营者需具备的八大素质

- 一、欲望——创业的最大推动力 (127)
 - 1. 强烈的欲望是创业成功的关键因素/ (128)
 - 2. 创业者的欲望高于现实, 不同于普通人/ (130)
 - 3. 创业者的欲望往往来自外界的刺激/ (131)
- 二、自信——创业成功的保证 (131)
- 三、韧性——成功创业的必备品格 (133)
- 四、诚信——成功创业者的根本原则 (136)
- 五、眼界——见多识广是成功创业的捷径 (139)
- 六、商机敏感——创业成功者的基本素质 (142)
- 七、胆识——成功创业者应该具有的果敢判断力 (143)
- 八、激情——造就真正的成功者 (146)

第六章 小公司的经营策略

- 一、联盟策略 (149)
 - 1. 何谓联盟策略/ (149)
 - 2. 联盟经营不可小觑/ (149)
 - 3. 联盟经营的特点/ (150)
 - 4. 联盟经营的主要方式/ (151)
 - 5. 如何巩固联盟/ (153)

二、缝隙策略	(155)
1. 什么是缝隙策略/	(155)
2. 缝隙策略是小公司明智的选择/	(156)
3. 缝隙策略的弊端/	(157)
4. 小公司如何实施缝隙战略/	(158)
三、特许经营策略	(160)
1. 什么是特许经营/	(160)
2. 小公司参加特许经营益处何在/	(161)
3. 准备加入特许经营应考虑的问题/	(161)
4. 特许经营的主要形式/	(162)
四、以小搏大策略	(163)
1. 什么是以小搏大/	(163)
2. 以小搏大, 制胜之道/	(163)
3. 以小搏大的“游戏规则”/	(165)
五、追随策略	(167)
1. 何谓追随策略/	(167)
2. 追随策略的种类/	(168)
3. 采取追随策略应注意的问题/	(170)
六、服务营销策略	(172)
1. 服务营销策略的内涵/	(172)
2. 服务营销策略应注意的问题/	(172)
3. 服务营销与制造业的区别/	(173)
4. 服务营销与市场营销的区别/	(174)

- 5. 服务营销适宜中国/ (174)
- 6. 服务营销的具体运作/ (176)
- 七、创新策略 (179)
 - 1. 什么是创新策略/ (179)
 - 2. 创新则生, 守旧则死/ (180)
 - 3. 小公司如何创新/ (180)
 - 4. 小公司应借鉴大公司成功的管理创新经验/ (183)
 - 5. 创新始终要以市场为导向/ (187)
 - 6. 市场创新——小公司创新策略的首选课题/ (188)
 - 7. 产品创新——小公司的求生之道/ (191)
 - 8. 营销方法创新/ (193)

第七章 小公司的广告与宣传

- 一、广告宣传的地位和作用 (194)
 - 1. 让消费者了解新产品/ (195)
 - 2. 便于扩大产品市场/ (195)
 - 3. 成功巩固已有的“天下”/ (196)
 - 4. 便于树立公司良好形象/ (196)
- 二、选择合适的广告媒介 (197)
 - 1. 媒介的特性/ (197)
 - 2. 选择特定的受众目标/ (198)
 - 3. 广告内容本身的特征/ (199)

- 4. 广告目的要求/ (199)
- 5. 公司自身的实力/ (199)
- 三、不同媒介的广告宣传特点 (200)
 - 1. 电视/ (201)
 - 2. 电台/ (201)
 - 3. 广告牌/ (202)
 - 4. 报纸/ (202)
 - 5. 杂志/ (202)
 - 6. 分类电话号码簿/ (203)
- 四、抓住发布广告的最佳良机 (203)
 - 1. 新产品问世/ (204)
 - 2. 抓住客户购买力旺盛的时机/ (204)
 - 3. 利用节假日达到宣传目的/ (205)
 - 4. 减价大酬宾/ (205)
- 五、广告制作小技巧 (206)
 - 1. 考虑问题脚踏实地/ (206)
 - 2. 市场调查/ (206)
 - 3. 把握消费者的心态/ (207)
 - 4. 用词合乎潮流/ (207)
 - 5. 重复诉求要点/ (208)
 - 6. 咨询专业人士/ (208)
- 六、小公司的产品宣传手段 (209)
 - 1. 利用小册子/ (209)

2. 利用传单/ (209)
 3. 展销/ (210)
 4. 示范表演/ (211)
 5. 销售产品时赠年历、日记本或其他小礼品/ (211)
- 七、小公司的广告策划技巧 (212)
1. 小公司要善用新闻策划/ (212)
 2. 公益活动能使公司美名远扬/ (216)
 3. “榜”名牌造声势/ (220)
- 八、小公司怎样进行信函广告 (224)
1. 小公司提高广告信函精确度应注意的问题/ (224)
 2. 小公司搜集广告信函对象的方法/ (225)
 3. 小公司要及时维护广告信函的有效性/ (225)
 4. 广告信函的设计形态/ (225)

第八章 怎样开发新客户和留住老客户

- 一、小公司更需要开发新客户 (227)
- 二、寻找新客户的原则 (228)
1. 确定新客户范围/ (228)
 2. 量身定制/ (228)
 3. 灵活选择途径/ (229)
 4. 关注重点/ (229)
 5. 随时寻找/ (229)

- 6. 循序渐进/ (230)
- 7. 建立客户档案/ (230)
- 三、发现新客户的具体方法与途径 (231)**
 - 1. 资料查阅法/ (231)
 - 2. 逐户寻访法/ (232)
 - 3. 咨询法/ (234)
 - 4. 连锁介绍法/ (234)
 - 5. 委托助手法/ (235)
 - 6. 中心人物带动法/ (236)
 - 7. 个人观察法/ (237)
 - 8. 广告开拓法/ (239)
 - 9. 会议寻找法/ (239)
 - 10. 市场调查法/ (241)
 - 11. 竞争替代法/ (242)
 - 12. 其他方法/ (243)
- 四、小公司更需要留住老客户 (245)**
 - 1. 老客户的直接消费不容低估/ (245)
 - 2. 失去老客户的连锁效应让你警惕/ (246)
 - 3. 开发新客户的成本远远大于维护老客户的成本/ (246)
 - 4. 老客户是小公司经济效益的主要来源/ (247)
- 五、提高客户满意度以留住老客户 (248)**
 - 1. 客户满意透析/ (248)
 - 2. 提高客户满意度有助于留住老客户/ (250)

3. 通过降低客户期望值提高客户满意度/ (252)
4. 通过增加客户的感受值提高客户满意度/ (252)
5. 通过主动为客户服务提高客户满意度/ (253)
6. 通过适时帮助客户提高客户满意度/ (253)
7. 提高客户满意度不仅仅是执行部门的问题/ (254)
8. 利用保障与保证法提高客户满意度/ (255)
9. 正确处理客户抱怨有助于留住客户/ (257)

六、提高客户忠诚度以留住老客户 (258)

1. 忠诚的重要作用/ (258)
2. 利用数据库建立客户档案/ (259)
3. 建立客户俱乐部/ (260)
4. 让情感介入接触全过程/ (261)
5. 让客户感到你愿竭尽全力帮助他/ (262)
6. 保持与客户的经常联系/ (262)
7. 利益共同体法/ (263)
8. 简化手续法/ (264)
9. 通过售后服务留住老客户/ (265)

七、通过提供超值服务留住老客户 (268)

1. 提供超值服务有助于留住老客户/ (268)
2. 提供超值服务要关注客户不同层次的需求/ (268)
3. 提供超值服务要主动照顾客户的需求/ (269)
4. 提供超值服务要创造一种为客户服务的氛围/ (269)
5. 通过提供价值附加服务留住老客户/ (270)