智慧经典 实用丛书

——经商智慧卷

点子博士

——天时地利人和举一反三

悦经商模式工作室
金子胜摇编著

陕西旅游出版社

需要全本请访问 www.ertongbook.

（陕）新登字 园 号
责任编辑：李摇斌
封面设计：谭雄军
版式设计：刘摇晖
责任监制：刘青海

智慧经典 系列丛书
——经商智慧卷
点子博士

悦经商模式工作室
金子胜 摇编著

陕西旅游出版社出版发行
（西安市长安北路 号摇邮政编码：
新华书店经销摇摇通州大中印刷厂印刷
开本摇 毫米摇 印张摇 千字
年 月第 版摇 年 月第 次印刷
印数：
册
（全五册）定价： 元

內 容 簡 介

在风云瞬变的商场，商家之间的竞争，不仅仅是财力的竞争，更是智慧与智慧，素质与素质之间的竞争，而反映到商战的具体运用中，一个个大智大慧的点子，就是他们致富取胜的尚方宝剑！

点子就是金钱！点子就是财富，真正的好点子比白金还宝贵。企业家纵横天下智慧之光的点子，是商战中智慧的结晶，是人类最宝贵的财产，而对于商战中的大小企业家，更具有巨大的借鉴价值与实用价值。

关注成功者的点子，可以学以致用，大胆实践；关注汲取经验的点子，可以避开陷阱，反败为胜。兵战胜利在谋略，商战胜利在点子，拥有点子就是拥有财富！

目录

第一章摇广告点子

员援 不准偷看 ”的美酒 ……（圆
圆援用漫画形象促销轮胎……（圆
猿援买胶水赠送金币……（圆
源援展位不尽人意却自有妙法……（猿
缘援杂志里的香页广告……（源
远援那票上的广告……（源
苑援精凯撒大帝做广告……（缘
愿援赶进影院饮食品畅销有高招……（远
摇摇——超速攻心广告
怨援对联广告……（苑

第二章摇成名点子

员园援家具商 阿廷聘的独特之道 ……（员园
员员援有意造成脱销的哈瑞尔……（员员
员圆援盖斯门的经营术……（员源
摇摇——借势借力术

员援又堡包成名五阶梯 韵玉粉灾 …… （员缘
员源援水淇淋名牌卡维尔 …… （员苑
员缘援德波泰尔地毯成名的战略 …… （员愿
员远援绝地求生的菲利浦公司 …… （圆园
员苑援看“ 企鹅 ”怎样走向世界 …… （圆猿
员愿援名将创运动服装名牌 …… （圆源
员怨援百年不衰的娇兰香水 …… （圆缘
圆园援名扬四海的轩尼诗 …… （圆苑
圆员援乐天口香糖的致富高术 …… （圆怨
圆猿援以质取胜话“ 奔弛 ” …… （猿员
圆源援贝莉鞋是怎样称王的 …… （猿源
圆缘援火柴盒 ”里有文章 …… （猿缘
圆远援连锁世界的玩具店 …… （猿远
圆苑援雀巢 ”的成功之路 …… （猿愿
圆愿援冈田屋 ”的创意花样多 …… （源园
圆怨援吉莱特剃刀商品虽小牌子响 …… （源员
猿园援集成出新的阿杜瓦啤酒 …… （源源
猿员援运开拓市场的艺术 …… （源源
猿圆援环球时装公司成名有术 …… （源缘
猿猿援空中客车 ”的三招 …… （源远
猿源援水晶玻璃器皿盛名百多年 …… （源愿
猿缘援三大汽车公司垄断高招 …… （缘园
猿远援森公司迅速崛起的牌子 …… （缘员
猿苑援卡丹帝国 ”的双名牌 …… （缘源
猿愿援麒麟啤酒有高招 …… （缘源
猿怨援万事发 ”是怎样发起来的 …… （缘远

需要全本请访问 www.ertongbook.

猿蝶爱人青睐的玩具业之王芭比娃娃……（缘苑
源园狮达的兴衰说明了什么……（缘愿
源摇王嘉廉用三个人创造世界级的电脑软件公司（远园
源摇丰田——企业管理之王……（远员
源摇瑞士巧克力……（远猿
源摇七字经 阅铭篮篓砸杂妙术……（远源
源猿时间最短的名牌……（远远
源摇蓝铃自行车的兴衰史……（远苑
源愿手袋何以登大雅之堂……（远怨
源愿摇珊悦成名之术 ……（苑园
源愿一个名牌的盛行和衰落……（苑圆
缘园险救名牌之术……（苑猿
缘员克莱的护牌术……（苑缘
缘圆万字酱油”闯美国 ……（苑远
缘猿山内豆腐在美国创牌子……（苑苑
缘源出口国际市场的经验……（苑愿
缘缘尼克斯多夫的策略……（苑怨
摇摇——电子业
缘远鞋的佼佼者……（愿员
缘愿阿马尼成名之道……（愿猿
摇摇——服装业
缘愿小马驹”是怎样跑向国际市场的 ……（愿缘
缘怨持续发展的‘尼康”……（愿远
远园尼康公司度过难关有高招……（愿苑
远员猎鸡下蛋的圣米格尔啤酒……（愿愿
远圆质量独尊的世界最大啤酒公司……（怨园

遥遥领先 精工 ”经营技巧 ……（2）
摇摇——手表业
遥遥领先 摩托罗拉的柳暗花明经历……（2）
摇摇——电话业
遥遥领先 威力牌洗衣机的威力之道……（2）
遥遥领先 马自达汽车靠合理化建议推动企业发展……（2）
遥遥领先 钻石名牌‘ 德比尔 ” ……（2）
遥遥领先 回生有术的哈斯布罗玩具……（2）
摇摇——玩具业
遥遥领先 靠店誉起家的‘ 福雄 ”杂货店 ……（2）
遥遥领先 威尔玛特靠和气生财 ……（2）
摇摇——商店业
遥遥领先 圣马力诺的邮票 ……（2）
遥遥领先 有马食堂 ”抛玉引市法 ……（2）
摇摇——餐饮业
遥遥领先 与众不同的 猿猴企业 ……（2）
摇摇——商业
遥遥领先 从小到大创业之道 ……（2）
摇摇——百货业
遥遥领先 家庭主妇创时装名牌 ……（2）
遥遥领先 成功的环境 ……（2）
摇摇——鞋业行
遥遥领先 新奇士出奇招 ……（2）
摇摇——水果业
遥遥领先 新奇士销售策略有 源种导向法 ……（2）
遥遥领先 名闻遐迩的‘ 美利奴 ”羊毛 ……（2）

鼻毛剪小买卖的诀窍 ……………………………（ ）
年青女职员妙创精美小文具 ……………………（ ）
凭‘良心’付钱的饭店 ……………………………（ ）
高质低价新品种花样多的卡西欧战术 ………（ ）
味精怎样味到千家万户中 ………………………（ ）
狗不理’包子的成名之秘 ………………………（ ）

第三章摇商业情报点子

注意风土人情的鞋子 ……………………………（ ）
日本席梦思缘何好梦不长 ………………………（ ）
明查暗访出奇制胜的巴西航空公司 …………（ ）
专为女士开的妇女儿童用品商场 ……………（ ）
闲话’夹带财运来 ………………………………（ ）
韵糖亦成为世界性的商品 ………………………（ ）
刺探经济情报的高明手法 ………………………（ ）
摇摇——石油业
傻瓜照相机出于聪明人之手 ……………………（ ）
番茄酱为何在日本滞销 …………………………（ ）
纳克打不过炭火烤鸡 ……………………………（ ）
滞销不动的诺尔汤汁粉 …………………………（ ）
取悦矿工的牛仔裤 ………………………………（ ）
球明星的‘黄粱梦’ ………………………………（ ）
杀人蜂蛰穿了蜂蜜公司的‘理想气球’ ………（ ）
以大腿为代价的啤酒老板 ………………………（ ）
巧克力间谍战 ……………………………………（ ）
掌握顾客情报的普列旭电子公司 ………………（ ）

员工打正着的“魔幻世界” ……（员苑
经理为何专捡废纸条 ……（员苑
鞋中的秘密 ……（员愿
可口可乐也曾有一着“臭棋” ……（员怨
尼西奇”尿垫独一份 ……（员园
开发别人尚未想到的产品 ……（员员
运色拉米斯 ……（员圆
新洋电子灵活竞争走“夹缝” ……（员源
投资商要特别注意把握难驾驭的失败案例（员缘

第四章摇商业品牌点子

把鸡成抱财鸡 打出你的金字招牌 ……（员远
奇百怪话“别名” ……（员员
毛牌 千金易觅“佳标”难得 ……（员猿
天要价的取名研究所 ……（员源
名牌的辐射效应 ……（员缘
一送一美汽车厂起死回生 ……（员苑
克森——历史上最昂贵的改名 ……（员愿
摇摇——石油业
奔驰”汽车的来历 ……（员怨
从何谈起 ……（员园
柯尼卡”换汤不换药的成功典范 ……（员员
白光”牌灯泡巧“借”商标破敌招 ……（员圆
车名之妙 ……（员猿
标致公司奇特的创牌之道 ……（员源
上海一百店标的故事 ……（员苑

员园援 白马”失蹄再奋起 …………………………（员苑远）
员员援 叫化鸡”与产品命名的学问 ……………（员苑愿）

第五章摇商誉点子

员援 更新追求赚大钱 ……………………………（员愿源）
圆援 墨尔本一饭店万事当以‘谢’开头 ………（员愿缘）
猿援 朝阳一家具厂注意人情的投资 …………（员愿远）
源援 瑞士一车站问讯处一双微笑的眼睛 ………（员愿苑）
缘援 台北老爷酒店——以人为本 ……………（员愿愿）
远援 罗马一饭店的房客过国际生日 …………（员愿怨）
苑援 赠送商品也要充分为顾客考虑 …………（员怨园）
愿援 杂货店经营术：随时增加新品种 ………（员怨员）
怨援 可口可乐的新花招 …………………………（员怨圆）
员园援 花样繁多的北京盒子铺与盒子菜 ………（员怨猿）
员员援 北京康乐洗清剂厂的先用后买 …………（员怨源）
员圆援 服务以促销为目的商战中的第二守则 ……（员怨缘）
员猿援 瑞蚨祥绸布店心诚客自来 …………………（员怨远）
员源援 华商车行以优质服务对抗洋商车行 ………（员怨怨）
员缘援 北京友谊家具厂“更新换代”的服务招术 …（圆
员远援 安徽饭店是侍者也是歌者 ………………（圆园员）
员苑援 餐馆多种经营术 …………………………（圆园圆）
员愿援 帝王之食与酒店洞房 ……………………（圆园猿）
员怨援 蝙蝠侠的新贡献 …………………………（圆园源）
圆园援 无可挑剔的经营能手 ……………………（圆园缘）
圆员援 美容师与顾客拉家常话的经商术 ………（圆园远）

[illegible]麦当劳为更多的顾客着想……………………（[illegible]）
[illegible]台湾饭店改防偷为主动奉送……………………（[illegible]）
[illegible]华联银行的老人储户的“乐龄”之乐……（[illegible]）
[illegible]商场拿起“接力棒”……………………（[illegible]）
[illegible]与“绿林好汉”一同进餐……………………（[illegible]）
[illegible]备受欢迎的代客记录业……………………（[illegible]）
[illegible]服务——树立企业信誉的关键……………（[illegible]）

第六章摇市场开拓点子

[illegible]青岛啤酒开拓美国市场的战略……………（[illegible]）
[illegible]净水器：别人花钱你赚钱……………………（[illegible]）
[illegible]开发“无阻力”领域……………………（[illegible]）
[illegible]南[illegible]是怎样崛起的？”……………（[illegible]）
[illegible]出师艰难……………………（[illegible]）
[illegible]雪燕服装慧眼独具看市场……………………（[illegible]）
[illegible]雷诺笔”为何一本万利……………………（[illegible]）
[illegible]金角银边”巧运筹……………………（[illegible]）
[illegible]农民帮了西尔斯的忙……………………（[illegible]）
[illegible]让开大道抢占两厢……………………（[illegible]）
摇摇——水泥业
[illegible]罗拔士出售“温情”……………………（[illegible]）
[illegible]非战之罪”的溃败……………………（[illegible]）
摇摇——商业
[illegible]威尔逊高价出售品质和服务……………（[illegible]）
[illegible]夕阳行业”跃出“朝阳企业”……………（[illegible]）
[illegible]日本制表业独领风骚……………………（[illegible]）

需要全本请访问 www.ertongbook.

员援东风 ”先人一步治‘ 疲软 ” ……（圆援
员员摇福特的袖里乾坤 ……（圆员
员愿援变形金刚难免失宠！ ……（圆员
摇摇——商业
员怨援麦克唐纳快餐店的‘ 杀手锏 ” ……（圆圆
员苑援野马 ”为福特公司带来好运 ……（圆苑
员缘援‘ 黄道吉日 ”而生的‘ 得贝 ”电冰柜 ……（圆缘
员远摇阿达的新产品是这样诞生的 ……（圆远
员怨摇‘ 足 ”文章的‘ 袜子大王 ” ……（圆苑
员愿援螺狮壳 ”里做‘ 道场 ” ……（圆怨
员源摇具‘ 异想天开 ”先见之明的无线电发明家（圆缘

第七章摇销售服务点子

员援摇让顾客参加设计的卡迪拉克 ……（圆缘
员员摇垂钓者的启示 ……（圆缘
员愿援为胖女遮丑的‘ 大妈妈 ”裤袜 ……（圆愿
员怨摇专家改行 ……（圆缘
员缘援有问无答何以成交 ……（圆远
员苑摇服务者应是商品的行家 ……（圆员
员远摇变形金刚的电视大战 ……（圆员
员愿摇品茶的圈套 ……（圆圆
员怨援只租不售的施乐复印机 ……（圆苑
员缘摇福特公司的电脑软盘 ……（圆源
员苑援老虎敢吃掉头食 ……（圆缘
摇摇——饮料业
员远摇仿古硬币与火柴盒 ……（圆远

[illegible]王永庆送米 …………………………… ([illegible]
[illegible]田野上的车间 …………………………… ([illegible]
[illegible]普及知识免费销售产品获利 ………………… ([illegible]
[illegible]一箭中的——[illegible]录相机 ……………… ([illegible]
[illegible]掌握顾客口味的华泰茶 …………………… ([illegible]
[illegible]西尔斯商店誉满美国 ……………………… ([illegible]
[illegible]永远对“上帝”负责 ……………………… ([illegible]
[illegible]为商者亦要为人“解惑” ………………… ([illegible]
[illegible]日月”滤水器的光辉 …………………… ([illegible]
[illegible]培养娃娃“知音” ……………………… ([illegible]
[illegible]包装是促销的利器 ……………………… ([illegible]
[illegible]商店的天使——导购小姐 ………………… ([illegible]
[illegible]为您提供更多的方便 …………………… ([illegible]
[illegible]一筒唇膏一片美意 ……………………… ([illegible]
[illegible]爱美需要咨询 …………………………… ([illegible]
[illegible]牵上了鼻子就别再撒手 ………………… ([illegible]
[illegible]卫生纸真正为顾客着想 ………………… ([illegible]
[illegible]注意接电话的礼貌 ……………………… ([illegible]
[illegible]小鸭请君先动手 ………………………… ([illegible]
[illegible]买家具到“百联” ……………………… ([illegible]
[illegible]林河酒免费品尝答对中奖 ……………… ([illegible]
[illegible]他们这样伺候“上帝” ………………… ([illegible]

第八章摇产品质量点子

[illegible]敬请明日光临的食品店 ………………… ([illegible]
[illegible]以质成名的打火机 ……………………… ([illegible]

圆菽暖砸 ”出来的海尔金牌 ……（圆冠
圆愿爱大华湘绣庄‘ 鸡蛋里挑骨头 ” ……（圆苑
圆愿暖华药 ”万无一失 ……（圆怨
圆斑摇卡内基不承造廉价的桥……（猿园
圆斑摇电子厂‘ 疲软市场 ”弄潮儿 ……（猿员
圆斑摇鸡石油钢管厂‘ 牌子 ”与‘ 饭碗 ”的辩证法 …（猿缘
圆斑摇郑州钟表眼镜批零商店逼上‘ 梁山 ”之后 …（猿源
圆斑摇王子玩具公司宁缺毋滥的做法……（猿猿
圆斑摇肉饼煎后 员园分钟未售出——作废 ……（猿愿
圆斑摇儿瑟琳最新鲜的食品……（猿怨
圆斑摇南北特产食品一热抵三鲜……（猿园
圆斑摇保质无限期的新思维……（猿员
圆斑摇产品质量优良的形象被毁坏了……（猿园
圆斑摇水羽绒厂的知已知彼兵法……（猿缘
圆斑摇上海货你怎么了……（猿远
圆斑摇大重九 ”到哪里去了 ……（猿苑
圆斑摇呼业的 悄先锋 ……（猿愿
圆斑摇贵尊无尚‘ 奔驰 ”之路 ……（猿怨

第九章摇创新点子

圆斑摇‘ 反求工程 ”的受益者 ……（猿缘
圆斑摇意创新的 猿坛公司 ……（猿猿
圆斑摇明星处方 ”救了费拉公司 ……（猿愿
圆斑摇科研成功的‘ 拜耳 ” ……（猿怨

圆梦摇精工表“精”在何处 ……（猿员）
圆周摇为 缘园亿人每人生产一只表的西铁城 ……（猿圆）
圆满摇不吃老本的夏普公司 ……（猿源）
圆圆摇以其人之道还治其人之身 ……（猿缘）
圆梦摇劲朗电器坚持创新青春长在 ……（猿远）
圆满摇开发创新出“杜邦” ……（猿愿）
圆满摇不冒险就是最大的风险”的雀巢公司 …（猿怨）
圆周摇路丽尔义无反顾地推陈出新 ……（猿怨）
圆满摇去“墨西哥”种庄稼 ……（猿员）
圆愿摇全球通” ……（猿员）
圆梦摇网上交易改变零售业 ……（猿圆）

第十章摇生意招揽点子

圆满摇口镶钻石诱顾客 ……（猿苑）
圆满摇以退为进的布兰希保险公司 ……（猿苑）
圆圆摇处处留心顾客有关的档案 ……（猿愿）
圆缘摇速战速决的店内广告 ……（猿怨）
圆满摇一物多用的液晶名片 ……（猿员）

第十一章摇经营点子

圆缘摇即前带刀首席发型顾问 ……（猿缘）
圆满摇商店里出售“精神治疗”服务 ……（猿苑）
圆满摇舍不得孩子套不了狼 ……（猿苑）
圆愿摇上机器培训人类 ……（猿苑）
圆梦摇家具之王称霸的奥秘 ……（猿愿）
圆周摇赛车选雇员 ……（猿怨）

永远不会知道的饮料配方 …… （猿园）
欢迎傻瓜的丰田 …… （猿园）
以物易物回到原始社会 …… （猿员）
芝香的晚装租赁店 …… （猿圆）
价位奇高的签名市场 …… （猿猿）
价值连城的交易所座位 …… （猿源）
传统手工艺的现代化 …… （猿缘）
香气诱人 …… （猿缘）
商场“搬”进千家万户 …… （猿远）
工娘公司代人表情意 …… （猿苑）
从懒汉身上掏钱 …… （猿苑）
无处不在的快餐 …… （猿愿）
戒烟工作有新招 …… （猿怨）
神通广大的体育经纪人 …… （猿园）
任人宰割”的饭店 …… （猿员）
不醉翁”云集的酒店 …… （猿圆）
没有存货的连销餐厅 …… （猿猿）
世界上最疯狂的酒店 …… （猿猿）
世界上最阴森恐怖的酒吧 …… （猿源）
世界上戒备最森严的酒店 …… （猿缘）
世界上最有学问的酒店 …… （猿远）
手模特儿的高招 …… （猿远）
明星墓为活人赚钱 …… （猿苑）
出租保管箱 …… （猿愿）
演奏天籁之音的音乐厅 …… （猿园）
一条龙不如专卖店 …… （猿员）

侵犯版权最猖獗”的公司 ……（猿园
天国寄来的礼物 ……（猿园
无万有引力遨游太空 ……（猿源
千奇百怪不见怪的行业 ……（猿源
为你“打气”的心里咨询业 ……（猿源
为你泄忿的室内靶场 ……（猿缘
洪人宣泄的“感情服务” ……（猿远
致富速度最快的皮革商人 ……（猿苑
人病成富翁的作家 ……（猿愿
刺探电话费的福尔摩斯 ……（猿怨
诡异的“间谍书店” ……（猿园
葛兰素”敲开美国大门的密码 ……（猿员
出售“死玫瑰” ……（猿园
独辟蹊径通“罗马” ……（猿猿
一流产品的“学问” ……（猿源
给你一碗热面条 ……（猿远
雅钻了中国电视机市场的空子 ……（猿苑
东洋货”何以“霸占”全球 ……（猿愿
赢利岂止是运气 ……（猿怨
上消费者拍板 ……（源园
刺探信息的秘招 ……（源员
把握亚运机遇的“旗帜” ……（源猿
万昌”的“亚运意识” ……（源源
亚运会救了“金鱼”的命 ……（源缘
街上流行“亚运笔” ……（源远
园意大利摇谁是“世界杯”的最大赢家 ……

需要全本请访问 www.ertongbook.