第一图书网, tushu007.com

<<世界商之道>>

图书基本信息

书名：<<世界商之道>>

13位ISBN编号：9787119061375

10位ISBN编号：7119061372

出版时间：2010-1

出版时间：外文出版社

作者：周广宇

页数：307

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

前言

世界几千年的文明史，曾经有过辉煌而灿烂的商业文明，涌现出了许多杰出的商人。
那些纵横商界无往而不胜的精英，都有独有的经商之道。
当今中国商人，需要与时俱进，学习借鉴世界商道精华也是必然。
世界上10个最有影响的族群：犹太人、阿拉伯人、中国入、美国人、日本人、德国人、英国人、法国人、韩国人、俄罗斯人，他们的经商理念对世界商业文明产生过重要的影响，具有非同寻常的借鉴意义。
美国经济学家、胡佛研究所资深研究员托马斯·索威尔博士，在《美国种族简史》一书中提到，中国人、日本人、美国人和犹太人是世界上最能赚钱的人。
这个结论有一定的道理。
华人的经商智慧和在商界的非凡业绩在全世界是有目共睹的，而近邻的日本人也是做生意的高手。
日本人善于学习和创新，他们成功的秘诀主要是他们的手中握有两件从异域借来的武器——东方古典的儒家思想和欧美现代化的管理理念。
日本人把这两种武器的优点和精华有机地糅合在一起，并结合自身的实际，巧妙灵活地运用于商战之中，从而发挥了神奇的作用，取得了惊人的效果。
日本在二战后从废墟中重建，经济得以迅速成长，日货充塞全球各地，独占美国大半市场，一度把美国公司逼到绝境，欧亚各国的情况亦无二致。
向日本人学习经营之道竟成为一股旋风在世界各国掀起。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

做生意怎样才能赚钱？
发财的秘密是什么？
赚钱真的很难吗？
人人都想致富，但只有少数人知道方法。
《世界商之道》教你如何将财富追求和成功人生融合为一的方法。
经商包含着无尽的秘密，只要肯探索就一定会有新发现，而学习借鉴他人的成果。
无疑是进步的一条捷径。
要想成为巨人。
最好的捷径就是站在巨人的肩膀上。

<<世界商之道>>

书籍目录

第一辑 日本商之道一、谋划运筹以智取胜1．用小的代价谋取大的利益2．制造轰动效应出奇制胜3．先予人以利尔后自己得利4．找漏洞钻空子乘隙而入5．巧设机关克敌于无形之中6．以迂为直巧妙运筹二、打破常规出奇制胜1．在众行之中求反行2．在热门之中爆冷门3．在先进之中觅后进4．在流行之中创独行三、捕捉信息先人一步1．对情报保持高度敏感2．睁大眼睛寻找商机3．抢先一步就会遥遥领先4．预感潜在的危险力避后患四、知变从权顺势而为1．靠远见打开机会之门2．做一个商海观“潮”高手3．掌握及时抽身之道，五、洞愚人性打心理战1．虚张声势广布迷阵2．用同理心攻破对方的情感防线3．利用人性的弱点引人上钩4．破坏对手的情绪乱其方寸六、萃聚人才强化管理1．人才是企业发展第一要素2．知人善任用人唯贤3．重视企业管理提升效率4．精打细算厉行节约5．领导以身作则身先士卒6．顾客至上提供完美服务七、先做徒弟后做师傅1．博采众家之长为己所用2．消化创新打造自有品牌3．学习竞争对手的长处克敌制胜4．扬长避短猛捅竞争对手软肋八、柔道空手道一起用1．以柔克刚以弱制强2．该强硬时决不手软3．该争的利益一定要争4．软磨硬缠迷惑拖延第二辑 美国商之道一、适者生存以变求胜1．经营就是要以变应变2．在新奇上面下足功夫3．唯有变者才能生存4．创新是做大的唯一出路5．鼓励每个员工主动创新二、人本管理有效激励1．领导者要会用兵选将2．挖对方的人才为己所用3．最有效的人性化管理4．给员工意想不到的荣耀5．点滴成绩也应表扬6．让人心甘情愿为你做事三、公关策划提升形象1．巧用重大事件提高知名度2．把小事变成大事制造新闻3．借舆论支持向对手施压4．借政府公关赢得强力支持5．慷慨解囊热衷公益事业6．积极反应化危机为生机四、高瞻远瞩长远规划1．比别人看得更远更准2．看清楚未来的危机和契机3．为明天的生意做准备五、敢于冒险果断决策1．瞅准行情大胆下注2．敢做别人不敢做的事3．冒险必须能够控制风险六、精明谈判策略灵活1．谈判前摸清对方底细2．喊价要狠让步要慢3．决不暴露自己的底牌4．首先拆散对方的平台5．软硬兼施两手准备6．设置价格陷阱7．不知对方底细少开口8．善用减压技巧说服对方七、善于沟通懂得推销1．满足对方的虚荣心2．把对方的信心鼓动起来3．让对方同情你的处境4．刺激对方的自尊心5．让顾客参与进来形成互动6．勾起人们的好奇心7．在对方心里安放一个心锚8．找出真正的购买决策者八、运筹谋略制胜之道1．抓住对手的盲区争夺市场2．舍小取大弃正取偏3．打出一套组合拳击倒对手4．东边不亮西边亮5．等到最恰当的时机出击

章节摘录

中国古语云：“ 欲将取之，必先予之。
”这是中国古代兵法中常用的招术，而日本人在现代经商谋略中将这一原则演绎得淋漓尽致。
取与予，相反相成，前者是目的，后者是手段。
只想得到，不愿给予，这是一厢情愿，做生意也不会赚钱。
若要自己受惠，先要施惠于人。
日本“ 佳能 ”相机如今是世界名牌产品，但是，当初走进中国改革开放的大市场时，已经慢了半拍，别的牌子的相机早已挂上了中国摄影记者的脖子。
可“ 佳能 ”公司并不因此而止步，他们决不会望着中国这个巨大的市场而不流口水。
怎样占领中国市场呢？
他们上演了一出经过精心策划的好戏。
佳能公司经过调查发现，中国众多的摄影工作者、爱好者只能从样本资料上了解佳能相机EOS的性能，从商店的橱窗里看到它的模样，却不能去摸一摸、试一试EOS的功能究竟怎样。
佳能公司上海事务所为了使EOS与中国的消费者熟悉起来，成为“ 好朋友 ”，就想出了一招。
他们把大批佳能EOS借给上海的记者，让他们免费使用40天，同时又请维修部的专家讲解它的功用、性能。
1992年夏天，上海各大报纸和许多摄影记者都用上了“ 佳能EOS ”照相机。
从EOSl到EOSl000，都配有各种款式的镜头。
记者们拿起相机发现，每个上面都贴有一张标签“ 佳能赞助器材 ”。
他们使用得相当认真，开始时小心翼翼，后来就随心所欲地拍起来……40天匆匆而过，记者们送还相机时都恋恋不舍。
不久，一些记者通知佳能公司上海事务所，他们准备购置一批EOS……佳能公司以欲取先予的策略打开了中国的市场之门。
在激烈竞争的时代，企业不仅要靠技术和资金来取胜，还需要采取高超的市场开发技巧，在商海中抓住商机，使自己游刃有余。
日本东京的岛村大楼业主、岛村产业公司及丸芳物产公司董事长岛村艺雄，原是一个薪金微薄的包装材料厂店员。
当初他打定主意，要做纸袋麻绳生意，千方百计从银行搞到了一笔贷款。
岛村深知自己要在激烈竞争的绳索生意中站住脚很不容易，为了开辟生意市场，他采取一年的完全免费为用户服务的“ 原价销售 ”。
他去麻产地冈山的麻绳索商场，以每条45厘米长的麻绳5毛钱的价格进货，然后再以原价出售给东京一带的纸袋工厂。
这样让利于纸袋工厂的生意一年后，岛村的绳索确实便宜的消息传开了，于是大量订货单位自动找上门来了。
这样，岛村获利之时也就来临了。
因为有了大批客户和大量的订货单，岛村艺雄腰板硬了起来。
他合情合理地拿着订货收据单与订货客户诉说：“ 到现在为止，我是1毛钱也没有赚你们的。
但是，这样让我继续为你们服务的话，我便只有破产的一条路可走了。
”客户为他的诚实经商做法所感动，愿意把交货价格提到5毛5分钱。
于是他又去冈山找麻绳厂商洽谈：“ 你卖给我一条5毛钱，我是一直照原价卖给别人的。
” 冈山的麻绳厂商看到他开给客户的收据存根，这是他们第一次遇到这种不赚钱生意，于是一口答应降至4毛5分。
这样，由于他的订货量很大，以当时他一天1000万条的交易量计算，他一天获利100万日元。
岛村艺雄生意的兴旺发达，得益于当初他首先给客户让利，而后他自己也得到了极大的回报。
先以低价占领市场，站住了脚再提高价格，这是日本人的柔性扩张战略。
这种柔性战略贯穿于日本企业营销全过程。

日本人善于根据渗透市场程度的差异，采取迥然不同的营销战略，恰到好处地配置各种营销要素。
　　日本企业刚刚渗入国际市场时，面对强大的竞争对手，在订价策略上，日本人采用低起始价的进攻性定价战略。
在销售渠道上，他们严格地挑选代理商、零售商，给以厚利，让其代销产品。
20世纪50年代，当欧美汽车厂商选择了豪华、高档的发展方向时，日本汽车制造商为打进美国市场，却大量生产省油、噪音小、污染小的汽车，并采取了低起始价的进攻性定价战略；在市场方面，把重点放在洛杉矶、旧金山、波特兰、西雅图四大城市，建立“ 滩头阵地 ”，并且针对目标市场大做广告，最终取得了成功。
　　日本企业一旦在新市场上站住了脚，就转而采取扩张战略。
他们通过延伸产品系列，改进产品和扩大产品组合来拓宽产品市场，适应不同顾客的需要。
在定价战略上，为能吸引更多的新客户，日本人制订的价格仍然远低于竞争对手，也有少数已在顾客中树立了良好信誉的企业为了获益，也开始提高产品价格。
　　先予人以利，尔后自己得利，以及兼顾同行之间的利益，这是日本商人的上乘表现，也是先付出后得回报的一种智慧。
人世间的事情，有了付出就有回报。
付出越多得到的回报越大，不愿付出，只想别人给予自己，那么“ 得到 ”的源泉终将枯竭。
　　在日本，YKK这三个缩写字母几乎无处不在，它是日本吉田工业公司的简称，现在是世界上最大的拉链制造厂商和日本最大的铝建筑材料制造公司，公司创办人董事长吉田忠雄被称为“ 拉链大王 ”。
　　世界上许多成功的实业家在事业经营上都有自己的信条或者哲学。
吉田的经营哲学是：仁慈循环。
他解释说：我们将利润分成三部分，三分之一以品质较好的产品及低廉的价格交给消费者大众；三分之一交给销售我们产品的经销商；三分之一用来改良我们的工厂。
　　一方面，YKK准许本公司的雇员购买本公司的股票，YKK40%以上的股票为本公司的职工所拥有。
另一方面，YKK规定本公司的职工把工资与津贴的10%和奖金的50%存放在本公司里，并以高于银行的定期存款利率按月支付利息，这笔资金在1983年年底已积累至4300万美元之巨。
　　吉田忠雄的“ 仁慈循环 ”经营哲学是指导他创业成功的理论，也是YKK赖以不断发展壮大贯彻始终的信条。

编辑推荐

全公开——让秘而不宣的不再神秘!　　世界上最聪明的商人——日本人太聪明，美国人太高明，犹太人太精明。
谁最英明?　　世界上最有价值的商道——智商、情商、财商，一个都不能少。
阅读《世界商之道》，领悟世界顶尖经商智慧，成为一个英明的商人。
一本好书改变无数人的命运。
你想经商吗?你想创业吗?　　你想知道经商的秘密吗?　　一起来跟日本人、美国人、犹太人学经商，找出赚钱的方便之门。
世界上少数人掌握的经商秘密，让你掌握做生意赚钱的秘密。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com