

<<商脉>>

图书基本信息

书名：<<商脉>>

13位ISBN编号：9787121154430

10位ISBN编号：7121154439

出版时间：2012-1

出版时间：电子工业出版社

作者：韩大勇

页数：258

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>

前言

进入21世纪以来，信息化革命正在以迅猛之势席卷全球，也不可避免地给我们的生活、工作带来强有力的冲击。

这种冲击是方方面面的，不仅有新的信息化科学技术的迅速普及，新的知识、文化经济的全球共享，同时，还引起了新资讯的泛滥式蔓延。

在这个信息时代，拥有无限丰富的信息，-就拥有发展的无限可能性。

就商界而言，人们面对的是不断变化的服务及需求。

在日益激烈的市场竞争条件下，仅仅依靠先进技术和设备闭门造车就可以高枕无忧地坐收利益是不可能的了。

在现在的买方市场下，市场能提供形形色色的产品，但是产品的本质性差异却很小。

所以，客户不会自动找上门来要你的产品，更多的情况下，你需要自己走出去，寻找客户并随时随地与客户沟通，从而进一步协调友好关系，扫除合作障碍，建立共同发展的长期业务关系。

不管是公司内部同事相处，还是外部业务拓展，都需要与人建立良好的关系，正如阿尔文·托夫勒所言：信息革命的实质就是沟通革命。

正是在这种潮流的引领下，越来越多的有识之士认识到：不论是个人前途的顺利、事业上的成功，还是企业长效持续的发展，都日益依赖于建立有效的人际沟通，进而构筑起成功的商业人际关系网，也就是商脉。

商脉资源是成功的基石。

我们知道，与你保持良好合作关系的人越多，你成功的概率就越大，换句话说，你所认识的商界朋友越多，和他们保持的关系越好，你所能获得的机会就越多。

卡耐基作为美国的钢铁大王及成功学大师，曾经语出惊人：一个人的成功，只有15%是专业知识的作用，而其余的85%则取决于人际关系！

这是他经过长期研究得出的结论。

麦格罗·希尔的成功能够很好地诠释这一点。

麦格罗·希尔国际出版公司是由麦格罗·希尔一手创立的，现在已经成为全球闻名的几个大出版公司之一，特别是在学术图书的出版方面，麦格罗·希尔国际出版公司名列全球第二。

而麦格罗创办该公司的时候可谓是白手起家的。

他最初身无分文，虽然有一个详细的出版计划，却苦无资金支持以及出版商的协助，但是他很清楚地认识到，人际关系对于事业成功的重要性。

在详细计划后，他决定同当地一位富有而有实力的出版商接近。

于是，他首先拜访了熟识的一家裁缝店，请裁缝精心为他定做了三套昂贵的西服，并且购买了一整套上好的衬衫、领带、吊带，甚至内衣内裤，所有这些都是靠着他的信用赊欠来的。

然后，根据事先制订好的方案，每天早上，衣冠楚楚的麦格罗都会在同一时间与那位出版商意外地“邂逅”，从偶尔点头打下招呼，到习惯性地聊上几句，一切都是如此地自然和顺理成章。

直到一周后，出版商主动与麦格罗搭讪并且询问他是从事何种职业的，因为他看起来似乎是一个不同凡响的人物。

这正是麦格罗所期望的，于是他很自然地告诉对方自己正在准备出版一本杂志。

出版商表示自己拥有一家出版社，也许可以与麦格罗合作，麦格罗当然颌首应允。

于是几天后，麦格罗被邀请来到该出版商的俱乐部共进晚餐，出版商对他异常热情。

当麦格罗表示自己手头暂时没有资金来进行杂志出版的时候，出版商竟一口应承下来，答应自己出这笔钱。

于是，没有花费一分一文，麦格罗就成功地开创了自己的事业。

麦格罗的成功案例或许多少带有一点儿传奇色彩，但是从中我们可以看出，拥有一个好的商脉，无疑是坐拥一座巨大的尚未挖掘的宝藏，随时都可能为你的成功添助强大的一臂之力。

事实上，商脉资源越宽广，做起事来就越方便。

而面对竞争激烈、变化多端的市场，商界人士经常会为缺乏良好的客户和合作伙伴而感到苦恼，怎样

<<商脉>>

去发现、吸引和留住客户及合作伙伴，已经成为越来越令人关注的问题。

商脉，一般而言，就是商业交往中的人际关系网。

它是人际关系在商场中的具体体现。

要谈商脉，首先要从人脉开始了解。

所谓人脉，就是由在人际交往中产生的人际关系组成的人际网络网。

人是群居动物，与人交往是人的天性和基本需求，而人与人之间的互动过程，会产生特殊的情感及利益关系，这就是人脉。

人脉是我们日常生活工作的一个极其重要的依赖和保证。

人脉具体形式有许多种，对大多数人来讲，一般的人脉关系网络可以分成以下三种类型。

个人网络：也就是在你的生活圈内与你最亲近的人，包括你的家人与朋友。

社会网络：你时常联络或是比较熟识的人，比如你的上司、同事或下属，你的邻居或朋友认识的人，你的校友、学友等。

商务网络：即你的商脉，包括你的客户、合作伙伴，还有你加入的专业协会、俱乐部等组织内部的人。

商脉指的是处于商务关系中的人脉，它的范围要远小于人脉。

我们所说的商脉建立者并不局限于业务员、推销员，而是指所有需要积累客户或合作伙伴的商务人士。

所以商脉的范围就相对大得多，可以包括客户，以及其他数量更为广泛的业界朋友。

在你的人脉中，所有与你产生过商务关系的就是你现在的商脉，这一部分尤为重要。

它是你现阶段商务工作中赖以生存的保障，需要用心呵护和维持。

还有一些人脉关系，尽管现在没有商务关系，但是将来极有可能产生，这些就是潜在的商脉。

如果时时留意这部分潜在的商脉并且注意挖掘，就能让你在未来获益匪浅，或者给你的工作带来相当大的转机。

有的人往往仅仅注意保持现有的商脉关系，而忽视了更多的潜在商脉关系的开发，其结果往往是事业上停滞不前，没有多大的进展和突破。

还有的人总是专注于开展新的商脉交往，而将以前的商脉关系抛诸脑后，其结果往往也是得不偿失。

有远见的商务人士则会兼顾两个方面，无论保持老商脉，还是开发新商脉，都能够做得很好。

所以，我们要时时用心，将人脉中的潜在商脉关系利用起来。

所谓客户，就是对企业产品或服务有需求的群体。

客户是企业销售体系的重要组成部分，是企业的重要资产之一。

具体说来，客户就是公司的分销商或者最终消费者。

而合作伙伴也可以细分为多个种类，从你所处的生产链的位置来讲，合作伙伴自上而下可以包括供应商、合作合资者、有良好关系的同业者、分销商、零售商等等。

无论是终端客户还是合作伙伴，都是需要认真对待的客人，所以，仅用“客户”一词就可以从广义上将他们概括起来。

<<商脉>>

内容概要

据专业人士分析，在打造成功的商场成就的所有因素当中，专业知识仅占15%，而其余的85%几乎都取决于“商脉”的应用。

商脉，指的是商业交流中的人际关系网，它是人际关系在商场上的具体表现。

本书是一本最简单易学的商业人脉学宝典，也是一部活用商业脉络的黄金法则，让你今天的商脉，变成明天的钱脉。

<<商脉>>

书籍目录

第一章 何谓商脉

第一节 踏破铁鞋无觅处

- 一、老客户——问君忠诚否
- 二、新客户——众里寻他千百度

第二节 得来全不费功夫

- 一、搜寻商脉：先更新观念
- 二、扩展商脉：不必太在意
- 三、网络商脉：纵横的气度

第二章 发掘新人

第一节 用心经营

- 一、练就一双慧眼
- 二、敢教人气飚升
- 三、留人先要留心

第二节 随意收获

- 一、从人脉到商脉
- 二、从生人到熟人
- 三、从朋友到客户

第三章 情系老友

第一节 商脉还是老的好

- 一、商脉还是老的好
- 二、重视客户，倾听客户的声音
- 三、平时多联系，朋友之情更牢固
- 四、小礼物也有大作用
- 五、全心全意为客户

第二节 世界很小因为你

- 一、进则通达天下
- 二、成事必备心机
- 三、学习左右逢源

第四章 锁定人群

第一节 施展不同的招数

- 一、如何寻找你的潜在客户
- 二、施展不同的招数
- 三、搞定不同对象

第二节 汇聚众人的视线

- 一、寻找对象，茫茫人海何处觅
- 二、初次追求，如何获得好感
- 三、再次约会，更好地进行沟通
- 四、维持关系，赢得客户的信任
- 五、保持甜蜜，建立与客户的长期合作关系

第五章 进而织网

第一节 清理通途

- 一、建立你的资料宝库
- 二、对商脉进行细分和评级
- 三、区别对待，掌心掌背肉不同

第二节 网行业界

<<商脉>>

- 一、商脉生生不息
- 二、保持商脉之间适当的隔阂

章节摘录

版权页：那么同样也不要指望那些偶尔与你合作的客户会回头来找你。

对一个客户很有吸引力的措施，另一个客户未必会感兴趣，反而可能会对其产生强烈的排斥。

再次，在复杂和多元化的外部环境下，客户目前拥有的选择比以往任何时候都多，他们也变得更加反复无常。

因此，要不断地吸引客户上门，并且保持他们的忠诚度，也相对变得越来越困难了。

此外，许多商务人士在认识和发掘新客户上存在很多错误观念，缺乏在日常生活中自然而然地发掘客户的准备。

需要注意的是，任何你所认识的人、你所服务的人，将来都可能是你忠诚的客户。

如果忽视了这一点，就可能忽视了很多潜在的客户，使他们不经意间，与你擦身而过。

要记住这句话：机会只偏爱那些有准备的人。

有一个极其虔诚的修士，他坚持按照各种繁文缛节向上帝祷告，按时参加礼拜，希望可以得到上帝的庇佑。

有一天，修士不幸落水了，但是他坚信上帝一定会来救助他的，所以他艰难地挣扎着、等待着。

当看到远方河岸上有人时，修士没有呼救，因为他相信上帝一定会来帮助他。

等漂到河中时，他看到了一截圆木，可是他也没有去抱圆木，因为他还是坚信上帝一定会来的。

就这样，他带着满腹的怨恨升天了。

见到上帝时，修士质问上帝为何不帮助他这个虔诚的教徒。

上帝很无奈地摊开手说：“我已经给了你两次生还的机会，为什么你还会死掉呢？”

”

<<商脉>>

编辑推荐

《商脉》是指处于商务关系中的人脉，它的涵盖人群范围可以包括客户，以及更为广泛的业界朋友。所以，我们要时时用心，将人脉中的潜在商脉关系结合起来。

如何建立商脉关系网呢？

我们在几十年的实践中，已经知道了如何与配偶、朋友、同事、上司建立持久的关系，而《商脉》要教会读者去做的，就是在此基础上，将社会性的思维拓展开来，用积极的心态结识和维系商业领域的朋友和伙伴。

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>