

<<生意五字经>>

图书基本信息

书名：<<生意五字经>>

13位ISBN编号：9787220048647

10位ISBN编号：7220048645

出版时间：2000-02

出版时间：四川人民出版社

作者：谭文熙

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>

<<生意五字经>>

内容概要

当今市场竞争的重要问题是学习。

每个生产者、经营者、企业家、个体户以及广大消费者，在扑面而来的市场竞争大潮中，都有个学习任务，学然后知不足，自我反省，奋发向上。

让大家走点捷径，少走弯路，避免险阻，争取成功。

作者首先从世界文化遗产宝库中取得三百余种竞争经验的真谛，然后经过提炼、创新、升华成二三百种竞争成功之术。

说明它的一字一句来自博览丛书之道，无拍脑胡诌之嫌。

对外来经验，力求与作者一生学经济学与从事物价经济工作的心得体验挂钩，并进行思考、加工。

全书共分七类，为防止竞争走火入魔，特用最后一类，专歌文明经商。

<<生意五字经>>

作者简介

谭文熙，1921年生，湖北巴东县人，上家族，中共党员，1949年4月参加革命，大学本科学历，高级经济师，离休干部。

曾主编《汉阳县物价志》、《汉阳针棉织总厂厂商》；参用编修《湖北物价志》等三部志书；发表论文30%篇。

是中华诗词学会、湖北诗词学会、湖北价格学会会员。

<<生意五字经>>

书籍目录

市场竞争

将相本无种 男儿当自强

从世界经济强人的发迹说起

不想当元帅 不是好士兵

竞争意识（一）

要得金满盈 时刻想竞争

竞争意识（二）

胜战计谋 竞争决策

竞争意识（三）

逆天时者败 顺天时者成

因环境制宜

逆水行舟 不进则退

逆向竞争术

发展寓转换 求新毋抱残

开发市场竞争术

创优势定能制胜 靠特色另辟蹊径

聚焦显优竞争术

小鸽与老鹰 策略定输赢

伺机竞争术

惊涛骇浪出强者 顶风冒险有成功

世界三大经商术分析

守住根本求生存 站稳脚步谋发展

“援、抗、创”三字竞争术

僧多粥少养兵难 蛋糕做大口福宽

扩宽市场竞争策略

唱大戏登大舞台 赚大钱上大市场

上大市场竞争策略

掌握行情学刘晏 见风转舵效孔明

审时度势竞争术

人取我舍 人舍我取

钻空档竞争策略

一分利吃利 三分利吃本

薄利竞争策略

莫笑捡芝麻 大利寓小利

由小到大竞争术

互利互惠靠兄弟 优势互补齐繁荣

联合竞争术

牛顿成功有方：“站在巨人肩上”

“拿来”竞争策略

孤芳自赏缘近视 大树下面好乘凉

科学兴企意识

观其实扬长避短 视其虚主动出击

抗争营销策略

你打你的我打我的 关键时刻我要打你

寻机跟进竞争术

<<生意五字经>>

物以稀为贵 洞察供与求
 匮乏竞争策略
 埋头苦干创新业 奇招才能广招徕
 妙招竞争术
 暗度陈仓袭章汉 四面楚歌惊项王
 以奇制胜术
 山不在高 有仙有名
 树特色竞争策略
 投资有的放矢 质优一本万利
 优质服务竞争策略
 狡兔三窟求稳 红花绿叶并茂
 多角化发展竞争策略
 需求上万千 经营归七类
 适应不同需求经营策略
 朱门酒肉厌 寒舍粗食香
 因收入制宜竞争策略
 十里不同天 西鬼东神仙
 因文化风俗制宜营销策略
 售后服务无时限 亡羊补牢犹未晚
 月良务到底策略
 易难渐进 渗透经营
 渗透营销策略
 旱则资舟 水则资车
 待之营销策略
 待机而动 乘虚而入
 相机竞争术
 长生不老 朴虚驻颜
 攻势经营术
 献上一条大腿 换回啤酒工艺
 冷酷的技术竞争
 巧克力间谍战 竟延续几百年
 技术竞争持久战
 国际竞争五法宝 十二要素不可少
 一国际市场非价格竞争术
 “幽默大师”非戏谑 “版税大王”有由来
 林语堂《开明英语读本》以质取胜
 上市推销
 当今产供销“销”字最重要
 世界经济强者的推销意识
 南京到北京 人生货不生
 推销员素质
 先入为主功成半 慎重出击占鳌头
 初战印象自塑术
 搞好推销 磨炼自我
 推销员四忌
 灵机一动 计上心来
 八面玲珑的业务员

<<生意五字经>>

临阵磨刀晚 有备操胜券
 上门推销准备要领
万事开头难 谈判善始终
 谈判策略之一
生柴不着火 全凭八面风
 谈判策略之二
话题好动人心 弦够回味适可而止
 谈判策略之三
甘霖甘渤润洽谈 雪中送炭凭语言
 谈判策略之四
形体语言美 无声胜有声
 谈判策略之五
茅台闯进博览会 耍猴只为印象深
 亮相推销术
上行下效 然谓之教
 适应风尚营销术
将欲取之 必先予之
 欲取先予营销策略
南方要而具 越不用鞋匠
 因地制宜营销术
孔雀南飞易 凤落枝头难
 与外商打交道之术
门市营销
门前三千容 各具心理学
 漫谈消费者心理
经理专捡废纸条 调查顾客所需要
 调查消费者需要
人生有欲 盖棺后已
 一消费者需要与购买
有病要投医 缺件需补齐
 消费者动机与购买
欲动人心 先融于情
 消费者情感与购买
智者乐水 仁者乐山
 消费者情趣与购买
穿衣戴帽 各有所好
 消费者性格与购买
顾客多多 对号入座
 一一顾客购买态度分类
物惟求新 仿古猎奇
 一一顾领客好奇心理
东挑西选 精益求精
 尊重顾客挑选心理
兵贵神速 速战速决
 快速营销策略
要人掏钱包 必须使高招
 促销六招

<<生意五字经>>

巧诈不如拙诚 真心可换真金
 一诚信营销术（一）
 季布无二诺 侯赢重一言
 诚信营销术（二）
 宁啃鲜桃一口 不要烂桃一篓
 质量第一营销策略
 便宜并非无好货 价高未必质量精
 折价竞销策略
 顾客是上帝 顾客即效益
 尊重顾客观念
 营销人员仪表美 第一印象富魔力
 营销人员重仪表
 和气能生财 狗恶酒必酸
 和气生财术
 人无笑脸莫开店 微笑帮他渡难关
 微笑营销术
 善言使人笑 恶语使人跳
 三尺柜台前的语言艺术
 人眼金睛 笑迎众宾
 适应顾客心理接待术
 王成卖鹤鹑 全靠人机灵
 讨价还价术
 只要你愿买 我敢打包票
 消虑营销策略
 王婆卖瓜自卖自夸 老汉卖瓜自贬不夸
 营销策略对比
 五彩呈缤纷 捧月有众星
 儿童消费市场
 谁想赢得市场 必先赢得青年
 青年消费市场
 芙蓉不及美人装 美人装里好文章
 女性消费市场
 群体特殊 适其所需
 老龄人消费市场
 买卖或卖买 都有规律性
 尊重商业规律
 商品席位有讲究 整齐衣冠显风流
 市场商品摆布术
 经营管理
 筹之谋之 经之营之
 经营意识
 企业争一流 拔尖人领头
 一流企业家素质
 水因地而制流 兵因敌而制胜
 多种经营形式（一）
 兵无常势 水无常形
 多种经营形式（二）

<<生意五字经>>

万物人为大 成就才更高

——人才意识（一）

死店活人开 经理要人才

人才意识（二）

发财先发才 智囊发大财

人才意识（三）

招揽人才有真经 抢买换租加预订

人才意识（四）

成功之道人为本 重用人才业必成

——人才意识（五）

知人善任 成功有门

人才意识（六）

跨世纪的战略 跨世纪的人才

——跨世纪企业发展战略与人才

发挥个人活力 激发企业活力

企业活力探源

明写“7954” 暗示吃酒误事

上司育人高招

齐王赛马 胜在决策

决策意识（一）

正确决策 起死回生

决策意识（二）

企业想赚钱 必须搞核算。

强化核算观点

不以规矩 不成方圆

企业重章法

产品新企业兴 八原则必适应

开发新产品思路（一）

开发产品责有术 导航指路凭天书

开发新产品思路（二）

百金买名 千金买誉

信誉第一观念

三军未动 粮草先行

资金自筹

“夕阳无限好” 须知近黄昏

紧盯明天意识

企业要大发 管理应七化

仿日本企业型

经商抢时间 时间即金钱

强化时效现点

冰冻三尺 寒非一日

企业衰败探源

价格信息

尚方宝剑出 百姓皆拥护

执行《价格法》

定价策略学问深 价值规律务遵循。

<<生意五字经>>

定价八策
价格涉及问题多 定价方法贵灵活
定价八法
形体外延有无形 使用价值是核心
产品本质意识
价格特高特低 适应各取所需
定价适应消费心理
市场机制 积著之理
价值规律是大学
知己知彼 百战不殆
市场调查获信息
凡事预则立 反之则废
调查是预测的基础
赚钱寓行情 信息抵万金
重信息经营术
早看三步好 领先两步强
信息时间价值（一）
捕捉信息贵速 传递谨防失误
信息时间价值（二）
观今宜鉴古 买卖重行情
办企业学点史志
三大资源之 一语道破天机
搜集信息要领
人不学不知义 玉不琢不成器
信息加工要领
差之毫厘 谬以千里
真假信息剖析
信息反馈贵灵敏 行动调节需及时
信息反馈意识
莫让宝成石 定要石成金
善用信息十术
包装、广告、商标
人凭一张嘴 货卖一张皮
商品包装艺术
演戏要化装 塑佛要金装
商品包装设计
东施效颦乡邻厌 人前穿衣要得体
多种包装术
无形兜售者 开路之先锋
广告的出现与发展
好酒也怕巷子深 响鼓需要重锤敲
广告功能
哑巴三步曲 诱惑力无比
现场操作宣传术
梅兰芳广告 魅力实在妙
广告艺术

<<生意五字经>>

名流效应好 试试有何妨

“王妃”广告传奇

不怨生错相 但愿起好名

尊重招牌意识

名不正言不顺 取好名天下闻

商标设计十术

文明经商

经商重文明 理想是核心

有理想

隐形不见“一只手”社会关系调节器

有道德

进步之阶梯 文明之源泉

有文化

加强纪律性 竞争无不胜

有纪律

下海救生圈 文明保护神

法制观念

<<生意五字经>>

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>