

<<老板与老子的对话>>

图书基本信息

书名：<<老板与老子的对话>>

13位ISBN编号：9787501772650

10位ISBN编号：7501772657

出版时间：2006-1

出版时间：中国经济出版社

作者：修平

页数：266

字数：235000

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>

<<老板与老子的对话>>

内容概要

矛盾之所以是矛盾，就因为斗争性是绝对的，同一性是相对的。

在这个前提下，同一性和斗争性是绝对的，斗争性是相对的。

知识经济也即双赢经济，知识的可再生性，使双赢合作成为合作的主导模式，有无不但应当统一，而且可以统一。

老子的哲学是对称哲学，即：无和有的对称、有限和无限的对称、静和动的对称、柔和刚的对称、进和退的对称…… 先人的智慧与现代文明的碰撞会产生新的火花……

<<老板与老子的对话>>

书籍目录

序前言对话一 老子无与有和老板经商之道 无中生有 无处不在 白手起家 无本万利 经商有道 管出最好 有无到有 有生于无 创造市场 各有所爱 上善若水 因周利导 有宗有群 美言美行 以善养善 以德报怨对话二 老子智与愚和老板智商 以智取胜 智慧生财 大智若愚 大巧若拙 微言大义 不言之教 知人知己 扬长避短 夹着尾巴 厚积薄发 糊涂境界 混沌管理 未兆易谋 为之未有 外愚内智 无败无失 外死内活 用活法则对话三 老子正与反和老板情商 亦商亦友 商场情场 祝福之间 网开一面 以正治企 自我管理 有用无用 真能假能 明天今天 笑到最后 合理定位 善地善能 信言之美 盟约契约 无序市场 有序运作对话四 老子进与退和老板财商 以义取利 进退为利 功成身退 要可自拔 知足常富 知足适止 运财得当 守份者寿 以退为进 后发制人对话五 老子刚与柔和老板和商.....对话六 老子近与远和老板缘商对话七 老子静与动和老板行商对话八 老子大与小和老板管理术对话九 老子奇与正和老板经商术对话十 老子多与少和老板发展观 参考文献后记

<<老板与老子的对话>>

章节摘录

有宗有君美言美行 老子曰：言有宗，事有君。
说话要有主旨，做事要有依据。

语言，是人最主要的交际。
话说得好，说得精采，称为有口才，口才也是才，是讲话人各种才能知识的集中反映。
人们都很熟悉战国时期楚国那位卖矛又卖盾的人，他一会儿吹嘘自己的矛“无坚不摧”，一会儿又吹嘘自己的盾“坚不可摧”，前后相悖，完全让人不知其所宗，因此即使他推销的的确是名牌产品，这样的宣传也不能自圆其说。

所以一经旁人“以子之矛，攻子之盾”，他就只能无言以对。

老子曰：美言可以市尊，美行可以加人。
美好的言辞能够赢得他人的尊重，良好的行为可以使自己出人头地高人一等。
藤田先生除了经营汉堡包外，还经销女性用品、钻石、男士用的领带等。
通过他的研究，他发现了一条效果非常的推销术，那就是学会说出最有效的美言。

当客人走到柜台前，常常会仔细观察陈列出来的领带，并进行比较，这时店员绝对不要马上上前，而是静候几分钟，让客人自行挑选。
等客人一旦手上拿出三四条进行选择而又犹豫不决时，再走上前来。

按销售的观点来说，并不是出售顾客想买的领带，而是出售自己想卖的领带。
等和客人打完招呼后，客人就会向店员询问，“哪一条比较好？”店员的回答可能是“这条领带的颜色很流行”，或者“这条领带的图案挺大方”，但最好的回答应该是“这条领带最高雅”。

听到这话，客人便基本上定下来会买这条领带。
因为按一般而言，人们最喜欢听的赞美词是“高雅、气派、风度”等，即使不高雅、没有气质、缺乏风度的人也会渴望比别人更高雅、更气派、更风度。

这是一种美言美行推销术，客人很快就会在犹豫不决中被俘虏。
美国著名的政治、实业、发明家富兰克林，早年是个有话直说、个性冲动的人。
一天，他要去请教一位长者。

抵达对方家门口后从外面叫门，却没有人出来应门。
富兰克林耐不住性子就想直接进去找他。
正当要踏进门时，没注意到门框太低而一头撞上。
正痛得用手摸额头的时候，老人出来看见了，就向富兰克林说：“今天你来访最大的收获，我想就是额头撞上门框这个教训了。
年轻人处世还是谦虚一点好！”又从此以后，富兰克林走起路来，就不再把头抬得太高了。
而且，很快地，他发现了这种态度改变所带来的好处。

例如：以前他是个有话就说的直肠子。
然而，他发现自己这样的行事作风，不仅常常得罪人，也使得做人、做事都窒碍难行。
他开始给自己立了个规矩，轻话不要重说，会伤人自尊的话不说。
如果一定得“说清楚、讲明白”，仍谨守“话不可说绝”，“不说最后一句的重话”的原则，给对方留点余地，给自己留点口德、风度。
因此尽管与一般辩才无碍的人比较起来，富兰克林偶尔用字迟疑、辞不达意，但他总能够持有自己的论点，并且成功的推展，让人接纳。

富兰克林的“美言”成功的推展了他的理念，“美行”则赢得人们的尊敬，他因而得以成为美国历史上的伟人。

一言可以兴邦，一言也可丧邦。
我国春秋时代军事家孙武曾曰：赠人以言，重于珠玉；伤人以言，重于剑戟。
意思说，善良的语言赠人比珠玉还贵重，中伤他人的语言比杀人的刀还厉害，可见语言的重要性。
在广告语中无意贬低他人产品，但客观上却引起了贬低他人产品的作用，仍会祸出言中。

<<老板与老子的对话>>

<<老板与老子的对话>>

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>