

<<女子兵法>>

图书基本信息

书名：<<女子兵法>>

13位ISBN编号：9789576670879

10位ISBN编号：957667087X

出版时间：商業周刊出版股份有限公司

作者：李經康 著

页数：272

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>

<<女子兵法>>

內容概要

女人心，海底針：女人的消費行為的確很難理解；有的是「大姊大大」型，有的是情緒衝動型，有的是愛出價又怕買到型，有的是掉頭走人型，本書作者以多年的行銷經驗，深入剖析各個女人的消費心理，詮釋其奇特的消費行為。

書中有許多主動有趣的行銷案例，是一本解析如何與女人談生意的書。

「女子」重現象解析，「兵法」以技術掛帥李經康序《兒子兵法》 集後，這是我的第四本商業談判的書。

繼「兵法」的原則不變，但書名標示「女子」，則顯示內容有了些調整，而「兒子」之所以變成「女子」，其中有段淵源，不妨在此一述：二年前的某一天，一直對我很關愛的長者何飛鵬先生，在看過《兒子兵法》 集後，在讚許鼓勵之餘，對我提示了二個重要的思考角度：「在你的買賣經驗中，有沒有發現女人在商業談判的思考、運作模式和男人有何不同？

如果有，能不能從你和女人『過招』的經驗中，整理出一套共同的商談特性……？

」為了提昇我的思考層次，他又更進一步地鼓勵我：「兒子兵法系列內容生動，實務性尤強，參考性極高，尤其從微妙的人性角度解析買賣成交與否的關鍵點，往往讓人既捧腹又拍案，但有些案例不免流於取巧，以『術』取勝，而近似於Street Wise。

有沒有可能就一個較平實的基礎上，整理出一本涵蓋一百元到一億元都適用的商談法則或銷售鐵律的書，這是大智慧，也是大貢獻。

這一席話，讓我思考了二年的時間，而本書就是這二年思考落實的「第一部份」成果。

《女子兵法》分成二大篇，簡單介紹其內容特性如下：「女子篇」部份：一、介紹一般女性在出價、殺價、議價……等商業談判的共同特性，由於「女人吐與「一般人」有所別，其中的商談原則和談判技巧自然和《兒子兵法》有所不同。

二、女人的消費、買賣性格，基本上和男人是異中有同，但二者之間即使具有共同性，發生在女人身上時，總是比較明顯，這是「女子」也有「兵法」的主要原因之一。

三、承上，共同性不代表絕對性，男人而女人者所在多有，女人而男人者更彼彼皆是，並非只要是女人就會有制式消費現象，請讀者們不要因書名而被誤導了。

「兵法篇」部份：一、距《兒子兵法》 出版至今，已近一年，這是這一年經驗下最新的成果。

在表達方式與內容上承襲了《兒子兵法》系列一貫的風格，若把它視為《兒子兵法》 的下一章，亦無不可。

二、女子篇較側重於女子「現象解析」，兵法篇則屬「技術掛帥」，惟其於人類的共同屬性，二者應可相輔相成。

至於第二部份的「商談法則」或「銷售鐵律」，畢竟是大工程，牽涉範圍極廣，除需「科技整合」之外，還得「藝術造詣」配合，否則難以竟其功，如果僅憑「經驗談」就想與聞其事，將只會貽笑大方而已。

買賣學問大矣哉，因著金額大小，而有技巧高下。

幾百、幾千元的商品，往往在片言中經推銷決定。

但幾百萬、幾千萬乃至上億的商業談判，就不是僅憑「推銷」就可以達到協調，其存乎一心的運用之妙，已達「藝術創作」階段，以個人現階段的商談，歷練，尚處摸索期，不敢妄置一詞，期待未來的有一天，或能提出點心得報告，以回報這幾年來所有關愛、提攜過我的長輩、長官，特別是力霸建設副董事長王令麟先生與商業周刊社長何飛鵬先生，以及讓我有足夠勇氣持續抒發管見的廣大讀者們，是為序

<<女子兵法>>

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>