

《魔鬼生意经》

图书基本信息

书名：《魔鬼生意经》

13位ISBN编号：9787504745446

10位ISBN编号：7504745448

出版时间：2013-1

出版社：高乃龙 中国财富出版社 (2013-01出版)

作者：高乃龙

页数：230

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

前言

让一亿人学会做生意 伴随着党的十八大顺利召开，中国经济将进入下一个黄金时段。纵观改革开放30多年，中国经济取得了令人瞩目的成就，经济总量位居世界第二，一举超越日本，这是多么令人振奋的好消息。但好消息的背后往往隐藏着令人担忧与纠结的东西，如传统制造业转型升级的问题，产业结构与转变经济增长方式的问题，经济总量由数量向质量转变的问题，中国经济的三驾马车陷入泥潭的问题，等等。 时下，国际大环境变化莫测，欧债危机波及全球。以美国为首的西方国家在经济与军事上全面“围堵”中国，钓鱼岛事件、黄岩岛事件无不折射出西方国家的阴谋。人民币升值，出口减少，内需不足，经济下行的压力进一步加大。融资难、贷款难已阻碍中小企业的发展，尤其是小微企业的生存状况未得到有效缓解，小微企业的生存环境仍在进一步恶化。有人说，这跟做生意有什么关系？如果把大环境比喻为天，那么经商的小环境就可以比喻为地，以小见大、见微知著就是这个道理。 随着互联网技术的普及，以及中国新一轮经济增长方式的确立，全民创业、全民经商是大势所趋，也必将成为拉动经济增长、促进社会就业的主旋律。为什么这么说？原因有几个方面： 传统制造业已走到尽头，过去家家点火、村村冒烟已成为历史，未来有将近99%的传统制造业面临死亡； 新一轮城乡一体化、小城镇建设、农业现代化将释放大量富余劳动力； 经济总量由原来的数量向质量转变，大量高能耗、高污染的行业将被淘汰或转移； 市场呼唤低碳、低能耗的行业及项目； 网购的兴起（以淘宝为例，2011年11月11日光棍节的市场销售额超过中国香港一年的GDP总额）； 大众旅游的盛行（以携程网、驴妈妈旅游网的崛起为代表）。 因此，我们要好好把握这一历史机遇。机不可失，时不再来！ 本书写给谁看 创业者或正在准备创业者，经商者或正在准备经商者（包括中小企业）。 本书是笔者纵横商场十余载的创业实践与点滴感悟，尤其是针对那些有创业梦想而又没有什么背景的群体，如何洞悉趋势、发掘商机至关重要。引用太平洋建设集团主席严介和的话说：“一流的人才是创造机遇，二流的人才是寻找机遇，三流的人才是把握机遇。”如果不谦虚的话，我大概是属于前者，本人从一无所有，成长为一名企管顾问、知名培训师，到创办蓝慧国际，在中国咨询策划界拥有一席之地。一路走来，有太多的辛酸苦辣，但同时也辅导了不少中小企业及创业者、经销商群体，教他们如何做生意。同时，我也独创微咨询系统——标杆型渠道赢利复制工程，打造了生意平台——智酷网（www.51zkoo.com），让一亿人学会做生意，并得到了市场的充分验证。 有一次我去一家卖红烧肉的饭店吃饭，感觉特别好吃，出于职业的习惯，就跟饭店的老板娘讲，让其给我一张纸和笔，我把其红烧肉的菜单包装一下，保证利润翻一倍。当时饭店的老板娘怎么也不相信，最后在我再三说服下才勉强同意，因为她觉得不可能。菜还是那个菜，我只是把菜品进行升级。首先，推出本餐厅第一功夫菜——祖传配方红烧肉，标价98元，把菜品包装换了份量，适当加大；其次，推出酸辣毛氏红烧肉，标价68元，把菜品包装换了份量，适当加大；最后，就是她原来的菜品——普通红烧肉，标价38元。结果顾客拿着菜单就开始选择，98元太贵，38元太便宜，就选68元。这就是做生意的学问。 为什么写这本书 坦白地讲，这本书本来我不打算写，因为我是一个“忙”人，每天除了要学习新东西外，还要忙于咨询项目，那为什么又写了？说来也有点“无心插柳柳成荫”的意思。本书原名《魔鬼生意学》，后来改为《魔鬼生意经》。记得红顶商人胡雪岩说过，什么叫经商（过去统称为经商，现在又称为生意或者创业）？经商就是上半夜想想别人，下半夜想想自己。而我们很多人恰恰相反。 也有人说，经商就是舍得，大舍大得，小舍小得，先舍后得。我的理解是先付出，后索取；先无私，后自私；先让别人得到好处，后让自己得到好处，这就是经商之道、生意之门。做生意，做好生意的学问就在这儿。 我自己进入职场，一无人脉，二无资源，三无资金，是个典型的“三无人员”，但我懂得先付出、后索取的道理。进入一家单位，我主动要求帮助老板打扫卫生，这样老板就让我住在公司，文员就教我如何使用电脑。我是一个有心之人，在帮老板打扫卫生、整理文件的过程中，一直在思考老板每天在干什么，这样有一天我就知道我当老板的时候应该干什么了。时隔不久，我终于如愿以偿了。 80后亿万富翁李想，在大学时家里给他买了电脑，他就在家里把电脑拆了再组装，反复试验，结果就可以去电脑销售中心去应聘电脑组装人员，然后他就清楚这家电脑销售中心的进货渠道、出货渠道、毛利率等，这些因素成为他后来创业中不可或缺的组成部分。我经常建议一些没有考上名校的大学生去学手艺，哪怕去学修电动车，将来也有机会创业当老板。我研究过许多成功人士，他们大部分都是从学徒开始，如李嘉诚、王永庆等人。说了半天还没有回答为什么写这本书。写这本书一是想通过本书把自己多年的智慧结晶总结出来；二是想在道上撒点“野”，让人称呼“老师”；三是真心地想帮助一些迷路的创业者，为生意不景气的老板们找到方向，少走弯

《魔鬼生意经》

路；四是目前有针对性、系统地谈做生意的书籍还是空白，市场上现有的书籍也是参差不齐，而且又不可复制；五是大学里没有专门研究这一课题，所以这本书的出版格外有意义。这本书能给读者带来什么？本书能让读者收获一些意想不到的东西，书中有大量经验之谈。古人云：“要问山多高，请问过来人。”这句话不无道理。但很多写经商书的人自己没有经过商，写管理的人自己没搞过管理，写营销的人自己没做过营销，这就是中国社会的悲哀！本书能教你——如何洞悉趋势走向；如何创造市场机会；如何找准品牌定位；如何设计商业模式；如何打造卓越团队；如何打造管理系统；如何做人做事；如何终生学习。本书共分为8堂课进行阐述，同时也在附录中加入了一些知名企业的案例，如神州租车、麦当劳、星巴克、优衣库、一茶一坐、如家酒店、沃尔玛等企业的生意经。最后要感谢一些人，特别是我的客户，是你们给了我创作的灵感。他们分别是天能国际张天任董事长、绿源集团倪捷董事长、泰丰小鸟张彦峰董事长、苏咏伟董事长、应广捷总裁、应伟文总经理、杨海中、蓝慧国际成员李朝义、孙卫明、尉建亢等人，以及我的出版合作伙伴邓明、赵丽丽等人，感谢你们为本书所作出的努力！最想感谢的是我的家人，是你们承担太多的家务，才让我有充足的时间来立题、构思和创作，你们才是我生命中的贵人！人要有“三知”，即知书达理、知恩图报、知足常乐。我想此时此刻，“三知”最能表达我的心情！“让一亿人学会做生意”，既是梦想，也是使命。也许一不留神，梦想已照进我们的现实！高乃龙 2012年11月6日凌晨于上海

《魔鬼生意经》

内容概要

《魔鬼生意经》

作者简介

高乃龙，中国赢利型商业模式首席专家，标杆型店铺复制工程总教练，江西财大MBA客座教授，国际CFC智慧场创始人、品牌力提升专家，蓝慧国际（中国）咨询机构创始人、董事长。他先后投资近千万元系统学习世界首富比尔·盖茨、华人首富李嘉诚、中国台湾经营之神王永庆、日本经营之神盛田昭夫等数百位商界精英及首富的思考模型、决策模型、人才模型、商业模式等，并创造性地提出“忘记定位、走向引爆”“4E模式”“逼退老大”等极具爆炸力的原版商业思想。核心课程：《引爆战略——总裁赢利智慧》、《赢在商业模式》、《第二桶金——公司化运营》、《第二桶金——单店营业力提升》、《疯狂营销——换一种思路前进》、《品牌登顶——不争第一争唯一》、《强势招商力——企业赢利复制》、《标杆型店铺复制工程》等。

《魔鬼生意经》

书籍目录

第1堂课借势：寻找你的商机 温州人为什么热衷新闻 商机常在大势中 你的蓝海在哪里 没有势，就要学会造势 要善于把优势转为胜势 借势的最终目的是得到实惠 第2堂课定位：找准你的方向 定位的概念：心有多大，生意就有多大 定位的前奏：精准的机会洞察 定位的基础——名片法则：让客户认识你 定位的技巧——故事法则：让客户记住你 定位的目的——情感法则：让消费者爱上你 定位的策略——第三者法则：站在巨人的肩上 第3堂课团队：打造一个卓越的团队 团队的概念，从赵本山说起 团队本质：你要的是团伙还是团队 团队的精神：经营团队，先经营人心 个人的成功不是真正的成功 团队的执行力是企业的竞争力 光荣只有在PK中绽放 第4堂课做事：坚守你的做事方式 做事要有信念 做事一定要讲诚信 做正确的事和正确地做事 每天只做一件事 用心做事——做企业真正需要的人 成功的道路是目标铺出来的 有责任心的人才能担任重要职务 第5堂课系统：建立你的管理系统（内在） 每一个强大的企业都是在用系统赚钱 企业是一个结构复杂的系统（硬件） 企业管理是一个完整的人性化系统（软件） 建设企业运营系统化的总体思路 建立强有力的企业执行系统 第6堂课模式：打造你的赢利模式（外在） 企业赢利模式比赢利还重要 什么是好的企业赢利模式 成功的模式不可简单地复制 设计赢利模式的五大要素 建立适合自己企业的经营模式 中国企业要创造自己的商业模式 第7堂课思维：探寻成功的发展思维 超前思维 共赢思维 创新思维 财富思维 哲学思维 危机思维 第8堂课学习：企业基业长青之道 未来最成功的企业，将是学习型组织 学习型组织的基本特点 学习型企业中领导角色的转换 建立学习型组织的五项修炼 建立学习型组织的步骤 附录生意经案例精选 附录1 一茶一坐生意经：提供不同选择，优化同一环节 附录2 星巴克生意经：不一样的服务、不一样的员工、不一样的咖啡店 附录3 神州租车生意经：任何人、任何时间、任何车和任何地点 附录4 麦当劳生意经：标准第一，顾客至上 附录5 优衣库生意经：一切从实用出发，从失败中寻找出路 附录6 沃尔玛生意经：购买方便一点，价格便宜一点，品种多一点 附录7 如家生意经：占领市场要快，抓住用户要紧

版权页： 学习型企业中领导角色的转换 在学习型组织中，领导者是设计师、仆人和教师。领导者的设计工作是一个对组织要素进行整合的过程，他不只是设计组织的结构和组织政策、策略，更重要的是设计组织发展的基本理念；领导者的仆人角色表现在他对实现愿景的使命感，他自觉地接受愿景的召唤；领导者作为教师的首要任务是界定真实情况，协助人们对真实情况进行正确、深刻的把握，提高他们对组织系统的了解能力，促进每个人的学习。学习型组织创建是信息化时代的一套企业管理方法，它对企业领导者、员工、组织结构以及企业制度等要求非常高。尤其是企业在创建学习型组织过程中，领导发挥作用和实现角色转换，是组织迈向学习型组织的重要保障。可以说创建学习型组织领导是关键，甚至可以说创建学习型组织是一把手工程，没有企业一把手的热情参与及支持，创建学习型组织不过是一句空话。传统的观念里，领导者是拥有特殊才能的人，他们设定组织的方向，确定组织的重大决策，激励组织成员，处理企业突发的重大危机等。学习型组织的建立需要对领导者角色有新的转换。彼得·圣吉在《第五项修炼》一书中指出，学习型组织里的领导者所专注的是更奥妙及更为重要的工作，他们负责建立一种组织，提出创造学习型组织的一种模型：自我超越、共同愿景、心智模式、团队学习、系统思考。也就是领导者要对组织的各项学习负责。领导者是教师。领导者作为教师，首要任务是界定真实情况，协助人们对真实情况进行正确、深刻的把握，提高他们对组织系统的了解能力，促进每个人的学习。领导者的教师角色，又如孔子所言：“其身正，不令而行；其身不正，虽令不从。”其示范作用非常关键。领导者对学习的重视程度和投入程度，对企业整体学习氛围的形成起着重要的作用。只有领导全面理解领会了学习型组织的精髓，学习型组织才会成长。如果我们把学习型组织雏形比作一棵小树，那领导就是园丁，只有园丁知道如何培育树木，通过园丁的辛勤劳动，小树才终将长成大树。领导的自我修炼具体包括以下几点。1.全面系统思考 领导者不能受细节的羁绊，否则就会陷入“忙得团团转”的泥潭。领导者应该着重于真正关乎愿景实现的事务，通过系统思考，认清组织发展大局，理顺各种盘根错节的关系，然后简化事务，挑选出重要的活动和行动步骤，也就是要整体地、动态地、本质地、全面系统地思考问题。这不仅是哲学家的事，也是每个追求成功的企业家必须修炼的核心问题。

《魔鬼生意经》

编辑推荐

《魔鬼生意经》

精彩短评

1、让一亿人学会做生意？！

《魔鬼生意经》

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:www.tushu000.com