第一图书网, tushu007.com

<<小老板的生意经>>

图书基本信息

书名：<<小老板的生意经>>

13位ISBN编号：9787111321019

10位ISBN编号：7111321014

出版时间：2010-11

出版时间：机械工业

作者：老莫

页数：205

字数：171000

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

第一图书网, tushu007.com

<<小老板的生意经>>

前言

我的第一本《小老板的生意经》出版后，没有想到半年内在网上达到了上百万次的点击率，同时看到很多读者在网上留言，感谢这本书对他们有所帮助。
说实话，这是对我最大的鼓舞，比半年内加印多次还要高兴，毕竟我不是靠写作为生的作家，写稿子只是一种兴趣，一种对自己人生经历的总结。

自己的心得和经历，大多是一些“江湖野战”招数，可能和一些MBA教材中有些不一样。
我一直很奇怪地认为，在中国光学MBA的人，很多只能在大公司做个部门经理，却当不成老板。
在中国当老板的一定都是“人精”，“人精”是课堂中学不出，只有在实际工作中积累人生阅历后，才能修炼成“精”。

希望读者看了我的书后，能将我的经验当成自己的一种阅历，助你们修炼成“精”。
我并不反对大家去学习MBA的课程，我自己也学习过MBA的课程，那样可将自己的经营管理知识系统化，让自己的知识更有条理，考虑问题更全面。

第一图书网, tushu007.com

<<小老板的生意经>>

内容概要

小生意中，有大学问，但是在学校里学不到，同行也不会透露。
本书作者总结自己以及身边好友多年经商经验，将做生意的技巧、诀窍和盘托出，旨在帮助读者拓宽经商思路，看清做生意的门道，花最少的钱，办最多的事，赚到更多的钱。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

老莫
大学毕业后，怀揣600元只身闯京城，从每月只能拿到800元的工资，到两年后年薪升为10万元，并在3年内将年收入2万多元的小店做成年赢利40多万元的批发商，又将一个白手起家的项目做到当年全国同类产品第一。

20年来，从事过不少职业，当过锅炉工、电工、维修

第一图书网, tushu007.com

<<小老板的生意经>>

书籍目录

前言一 核心篇——把握生意本质，才能赚大钱 1.火车站旁为啥要开烧饼店 2.一起卖假货？还是换个法子赚钱 3.不做山寨、不降价，找准市场需求是关键 4.市场老大不可怕，他的弱点就是我的商机 5.把握住人性，自助餐从此不再有浪费二 细节篇——精打细算，小细节成就大生意 1.员工的400元夜宵费要不要给报销 2.积压商品也能当成钱来用 3.“麻雀”般的小项目里，却装着“凤凰蛋” 4.一顿商务自助餐，利润多了20万 5.跨越太平洋的“小生意”三 战略战术篇——精准定位，目光紧盯顾客钱包 1.不做大店做小店，老板为啥要隐瞒实力 2.吃准“地方”饭，坐在家中业务不断 3.从低价中突围，小纽扣作出大名堂 4.客户越少越好办，小众市场好赚钱 5.生意求精不贪大，“臭豆腐”也要专业化 6.大批量复制，用市场占有率挤压对手 7.“免费”是一颗巨大的“摇钱树” 8.突破发展瓶颈，又是一片“艳阳天”四 市场篇——看别人看不到的，做别人想不到的 1.独辟蹊径，成就特色经济 2.靠废品也能赚得盆满钵满 3.产品整合，赤手空拳创出名牌 4.渠道就是利润，一样的产品却不一样的价格 5.吃剩下的骨头，成了吸引客户的秘密武器 6.换个小包装，销售量翻了十多倍 7.格子商店，打造现实版的“淘宝店” 8.逆向思维，旱田里面也能种水稻五 执行篇——借力打力，企业越小越容易 1.借力打力，把客户变成股东 2.紧跟政策变化，争取专项资金 3.不熟不做，与同行老乡结同盟 4.连锁经营，低成本扩张 5.老板自己就是企业最好的代言人 6.越低调，越引人关注 7.点中要穴，薄利行业也能有暴利 8.产品要打包，服务更要打包 9.排兵布阵，用管理武装企业六 人脉篇——靠人赚钱,胜过靠机器赚钱 1.用利润的70%奖励团队，值不值 2.潜伏在生意场，找到客户好开张 3.同乡同学，共用一品牌，共享一渠道 4.人抬人，口碑传播最管用 5.对客户的小员工，反而要更关心 6.回报家乡，更是在帮助自己七 营销篇——宣传推广，小企业也能成为大明星 1.如何花最少的钱，做最有效果的促销 2.最便宜的广告，效果却最好 3.100元一碗的粥，噱头用来换名声 4.巧做网络营销，小钱也能做大推广 5.一元钱的成本，让城里的每个人记住自己 6.真材实料做广告，看了一眼就忘不掉 7.200元的报名费，上百万元的广告效果

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

老李说，“现在能和我在省内市场竞争的有两家，一家是做的年头比我还久，他们的老客户比较稳定，客户关系维护得不错；另一家是在省内开了8家分店，用蚂蚁搬家的方式积少成多，他们的店分布在省内的各个城市，有的修理厂因图方便会直接到他们店里拿货，他们也因长年在当地，所以在当地的客户关系比我的要铁。
”小曾想了一下说，“那么李兄你说的是同一个原因，就是他们和某些客户的关系维护得要好一些，他们在价格和售后服务上并不比你有优势。
”老李说，“这是当然了，我的价格和售后服务肯定比他们有优势，要不然我这些年怎么能冲杀出来呢。
”　　小曾说，“那好办，我们再说关系这一块，如果我们也能在省内各地开设分店，我们和客户的沟通会更加顺畅，关系可以慢慢地加固，最后超越他们。
而是不是能开分店，决定因素有三个，一是我们有没有足够的人手分派出去，我们的人手是不是‘来之能战，战之能胜’；二是我们是不是有足够的资金、货物来开分店，保证货物齐全、价格有优势；三是我们选择开分店的地区有没有足够的市场容量，能不能获得发展。
”　　这回老李沉吟了一下，将这三条一一在脑海里过了一次，说：“这些都不是问题，公司也成立15年了，各方面的人才也积累了一些，省内各个地方的人在我这打工的也有很多，我可以选一些家在当地又有能力的老员工，对他们有针对性地培训一下，我在当地开分店，他们就可以当店长，他们是当地人，也有一些自己的社会关系。
只要奖罚分明，提高他们的积极性，恫题不大。
汽车配件市场远远没有饱和，全省汽配市场的情况我很熟悉，在各地开分店肯定能挣到钱，而且开了分店后，进货肯定会从总店进，总店的销售量会提升很快。
每个店的货物更不是问题，我现在库房里的货足够了，近万平方米的库房正摆不下，再说了，我现在只要进货，很多厂家都愿意让我代销，就算是有个别特别好卖的品种，厂家也可以给我半年左右的账期，我开分店根本就不需要太大投资。
”　　小曾笑了笑说，“我相信李兄这个能力，如何选择在哪些地方先开分店，如何订立奖罚制度，如何调货，这些你都擅长，不需要我多说了，我只是给你分析一下。
”老李正聊到兴头上，于是说，“省内我可以这么做，那么省外的市场怎么办？
我现在不可能用省内的这种直营分店的模式来做省外吧。
”　　小曾不急不慢地喝了口酒，说：“这个自然，省内你很熟悉，你的员工储备也多，你平时监控也方便，开个车去，所有的情况都清楚了。
而省外，原来与你合作的大多是比你差一些，但级别在一个层次的人，和他们合作你很难取得主导权，不过是偶尔帮你分销一点货而已。
他们肯定不是你长期合作的对象，打个比方，你现在是火鸡，他们是芦花鸡，虽说你的个头上比他们大，实力上比他们强，但他们认为既然大家都是鸡，我为什么要听你的呢，当你有一天成为鸵鸟时，大家才会服气地跟在你的后面走。
你们现在是潜在的竞争对手关系，他们不是最好的合作者。
你可以在外省找一些目前是二级的批发商合作，当然不是指经营能力和思路是二级的，而是他们目前在进货价格和管理上有欠缺的。
你现在的进货价比他们要便宜10%一15%，你可以收取5%作为管理费，最后给他们的货仍然比他们原来的进货价便宜5%～10%，这样他们会有兴趣。
你这边派出人员去他们店当店长，负责日常管理，他们专心做他们擅长的当地客户关系，你可以和他们按股份合作的方式合作，这种模式推广起来成本小，速度快。
”　　老李这次又想了好久，说：“我派出店长负责日常管理，那么所有的经营情况和账目我都清楚，股份合作的方式最主要是双方都能清楚地了解实际经营的情况，我这边价格上的优势对于这些目前是二级批发商的有较大吸引力，估计谈起来，他们兴趣比较大。
他们在当地的人脉也可以得到更好地利用。

第一图书网, tushu007.com

对于我来说，能将销售网络扩大到全国，目前他们从我这里的进货量只占他们总进货量的10%，如果这么做的话，以后他们都从我这里进货，我的货省外销售量会翻10倍，全国的总销售量上去后，我还可从厂家拿到更好的折扣和返点，这值得一试。
不过，我还得再多培养人手，派出去的店长也要给他们相应的股份，这样他们才能尽心尽力，不被当地的批发商收买。
全国试点先不用急，先从我熟悉的客户中选一两个，试一试效果，在运作中肯定还会出现问题，在试运作阶段就解决了，到时全国各地遍地开花时，才不会出大问题。
”　　小曾佩服地看了老李一眼，心想：老李能成功不是偶然的，老板考虑得更多的是可操作性和实用性。
每个步骤中人、财、物的关系如何平衡，如何分段操作，老李在小曾提出的思路上，又加了很多具体的细节控制，现在老李的分店在省内和省外都在稳步推进。

第一图书网, tushu007.com

<<小老板的生意经>>

编辑推荐

48个同行不会透露的经商诀窍，资深小老板的实例为您细致讲述。
实战锤炼：书中的大多数案例，都是作者本人或者好友的亲身经历，绝非憋在屋里凭空想象出来的。
一针见血：生意场上的头绪千丝万缕，但有效的往往很少。
《小老板的生意经（经营攻略版）》的观点着力于一针见血，抓住事情的主要矛盾，不在细枝末节上耗费工夫。
举一反三：《小老板的生意经（经营攻略版）》中所举的实例均属于某一个行业。
但实际上，其中的道理可以推广应用，读者要是领会了其中的内涵，就可以在很多行业或场合如鱼得水。

第一图书网, tushu007.com

<<小老板的生意经>>

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:http://www.tushu007.com