

# 《商经》

## 图书基本信息

书名：《商经》

13位ISBN编号：9787800843143

10位ISBN编号：7800843149

出版时间：2004-8

出版社：金城出版社

作者：史源 编

页数：368

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

## 内容概要

胡雪岩在商场纵横的手段是源自于其

书籍目录

序言卷一 砥身“砥身”法（上篇

1、本书编撰稍显粗糙，但是其中记录的一些故事颇值回味，整理如下。胡雪岩知人之明刘三才纨绔子弟，吃喝嫖赌，败光祖业。胡雪岩却能见到他另外一面。其一：赌得再狠，输的再惨，手上几张祖传秘方决不当赌注压上，说明他还存着振兴家业的念头；其二：吃喝嫖赌样样都来，样样在行，洋洋翻出新花样，但绝不吃大烟，说明他还没有堕落到自贱自戕的程度。胡雪岩因此看出他还有药可救，再加上他会玩这一点能用在商场交际上，就把他收为己用。温迪汉堡麦当劳目标客户为少年儿童和低龄青年，而美国人口出生率急剧下降、人口老龄化日益明显，温迪遂将目标定位于20岁以上青壮年消费者上。有意使汉堡包肉馅较麦当劳多出零点几盎司。在麦当劳汉堡包含肉量短斤缺两被农业部揭露后，抓住机会设计广告对此事大肆宣传。亨氏食品公司发现食品配方中的添加剂有毒，如果删去，会影响鲜度，如果公之于众，惹怒同行。亨利毅然公布实情。受到同行抵制，接近倾家荡产；但是名声鹊起的亨氏公司凭借消费者的拥戴，最终走出绝境，成为食品行业龙头。论慈善我们可以不要广告部，但却不能不要慈善事业。广告让人们觉得想赚他们的钱，但慈善事业却使他们丢失了防备心理而不自觉地接受我们。李嘉诚茶楼工作期间，时时揣测客户的籍贯、年龄、职业、财富、性格等等，然后去证实自己的揣测；揣测顾客的消费心理，既真诚待人又投其所好，让顾客在高兴之余又掏出腰包。五金推销期间，镀锌铁桶最理想的客户为卖日杂货的店铺，大家都看好的对象，竞争自然激烈。李嘉诚绕开代销线路，向用户直销。高级住宅区家庭都使用上铝桶，李遂到中下层居民区找老太太卖桶。因为老太太不上班闲居在家，喜欢串门唠叨，自然而然成为自己的义务推销员。塑胶公司任销售员时，把推销当事业看待，而不是仅仅为了钱。很关注塑胶制品的国际市场变化，信息来自报刊资料和四面八方的朋友。建议老板该上什么产品，该压缩什么产品的批量。他把香港划分成许多区域，每个区域的消费水平和市场行情都详细记在本子上。他知道哪种产品该到哪个区域推销，销量应该是多少。段永平改变产品线段勇平推出小霸王游戏机，企业起死回生；但是不久之后，发现报纸上常有对游戏机负作用的评述，段果断改产小霸王学习机，企业获得大发展。胡雪岩雇佣员工必询问其家人数目、生活开支，先给员工家人一年的生活费，使员工没有内顾之忧。

## 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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)