

《世界上最伟大的犹太商例》

图书基本信息

书名：《世界上最伟大的犹太商例》

13位ISBN编号：9787500220251

10位ISBN编号：7500220251

出版时间：2004-9-1

出版社：中国盲文出版社

作者：史晟,史晟

页数：400

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

《世界上最伟大的犹太商例》

内容概要

这本《世界上最伟大的犹太商例》收集了迄今为止最广为人知的犹太富豪们成功的案例，搜罗了这些成功商人们所留下的各种史料和见证，以无可辩驳的事实向后人展示了犹太商人的成功轨迹和心路历程。他们是今天商人们学习的最好教材，也是生意人搞好经营无可争议的好榜样。

在这本书中既有犹太商人们白手起家的创业商例，也有决策失误、大意失荆州的失败商例；还有凭借三寸不烂之舌、说得天旋地转的公关商例；以及破釜沉舟、孤注一掷、终获回报的投资商例；更有针锋相对、舌战群儒的谈判商例。不仅如此，既有厚利多销、定点进攻、势如破竹的营销案例；又有你夺我争、以其人之道还治其人之身的竞争商例；还有一言既出，驷马难追的诚信商例；以及运筹帷幄、决战千里的决策商例和以汤沃雪、一鸣惊人的广告商例等。这些案例无论是在经营创意上，还是在管理方法上都具有鲜明的风格，为了使读者读起来生动有趣，本书还尽可能用通俗易懂的语言表达犹太商人的思想、观点、基本方法，并附有精美的插图和简要的提示，相信你的阅读一定会轻松、愉快而且有启发、有收益。

总之，本书内容新颖，材料丰富，论述精炼。一册在手，读者便可以纵览犹太商人们的成功经验和失败教训，相信能够帮助广大读者理解有关商人的经验和思想，使读者非常容易吸收并消化这些商业竞争中的优秀思想，提高商业操作及实战能力，从而在市场竞争的大海中游刃有余。

《世界上最伟大的犹太商例》

书籍目录

- 第一章 创业商例
- 第二章 失败商例
- 第三章 公关商例
- 第四章 投资商例
- 第五章 谈判商例
- 第六章 营销商例
- 第七章 竞争商例
- 第八章 诚信商例
- 第九章 经营商例
- 第十章 决策商例
- 第十一章 广告商例
- 第十二章 服务商例
- 第十三章 用人商例

《世界上最伟大的犹太商例》

章节摘录

书摘 越是面临危机越要冷静 犹太商经指出：你可以在任何时候酣睡，但不能在狮子来临的时候。这句话的意思是说，经商者要具有最基本的警觉，尤其是正面临危机需要你决策的时候。因为企业经营者一旦做出某一重要的决策，将大量的人力、物力和资金投进去，如果由于决策失误而造成经营失败，那么很可能将企业领导层与全体员工多年拼打出来的基业全盘输净，甚至永世都无法翻身。因此，企业经营者在决策时一定要慎之又慎，万万不可草率行事。

美国有一家名叫A·C·吉尔伯特的玩具制造公司，它的产品一直销路很好，在国际玩具界很有名气。可就在事业处于发展的鼎盛时期时，它未能对市场变化做出正确的预测，在变化的形势面前惊慌失措，草率决策，酿成大错，导致辉煌了近半个世纪的公司破产。

1909年，一个叫艾尔弗雷德·卡尔顿·古尔伯特的年轻人从美国耶鲁大学毕业后开始了闯荡世界的生涯，经过一番考察，他创立了密斯脱制造公司，专门从啦积木生产。1916年，在事业小有所成之后，他以自己的名字命名，把这家公司更名为A·C·吉尔伯特公司。在50年代，该公司一直稳居美国玩具制造业的前10名，年销售额超过1700万美元。它特别擅长制作科学玩具，如化学仪器、显微镜和工程积木等。当时，科普活动正在全美受到重视，因而吉尔伯特公司的科学玩具在小顾客中享有很高声誉，它的“美国快车”和大吊车曾为几代人——儿童和他们的父辈、祖辈所熟知。

1961年，老吉尔伯特死后，其次子小吉尔伯特荣任公司董事会主席。在美国玩具行业，这个小吉尔伯特可是个举足轻重的人物，他曾连任1962年和1963年美国玩具生产协会的主席，是当时美国总统肯尼迪的密友。

进入60年代后，高度的经济繁荣使玩具市场迅速增长。但这与吉尔伯特公司过去所熟悉的市场已有所不同，玩具市场正在发生巨大的变化。这些变化主要表现在：电视这一新的手段对玩具推销越来越重要，正日益取代产品目录和橱窗陈列的方式，这使得一种新玩具能够迅速变得广为人知；传统的玩具商店、趣味商店和百货商店正为自助式的高营业额超级市场和廉价商店所取代，那些新的经销商青睐的是包装美观生动、定价低廉并且做过大量广告的玩具。市场在迅速变化着，每一个企业都不得不巧妙地把握市场销售的脉搏，并且在一种产品被另一种新流行产品取代时，力求避免大量的库存积压。

而这家一帆风顺、实力雄厚的老牌公司却未对此产生警觉，也没有调整某些经营策略，企业领导人仍然自鸣得意、安于现状，没有丝毫危机感。

1961年，吉尔伯特公司的销售额已从上一年度的1260万美元下降到1160万美元，只获利润2万多美元。显然，公司正面临着严重的危机。

1962年初，由于该公司的股票价格下跌，美国西海岸的一家控股公司乘机以大约400万美元收购了吉尔伯特公司52%的股权。控股公司的总经理杰克·拉瑟用自己的亲信替换了吉尔伯特公司的高层管理人员。虽然小吉尔伯特仍为公司董事会的主席，但基本上已被架空，实权大大削弱了。

面对利润几乎近于零的窘境，拉瑟把它归咎于两个原因：缺乏新产品和广告宣传。对此，抱着尽快摆脱危机心态的拉瑟匆忙做出一项决策，试图通过增加新的“热门产品”把销售额提高到2000万美元。为此公司不顾成本的高昂和自身的实力大规模地扩充新产品。为了直接增加销售量，公司采取了更为积极主动的推销活动，并与零售商进行更频繁的接触，这样，公司的销售人员就比原来增加了50%。但后来证明，这一决策是得不偿失的。

1962年，公司的销售额下降到1090万美元，亏损了28.1万美元。到了1963年，公司又试图重整旗鼓，花了很大精力扩大产品的花色品种。该公司有史以来第一次开始向学龄前儿童提供玩具，并且除了面向男孩这一传统市场外，也开始向6至14岁的女孩提供玩具。为此，他们增加了50多个新品种，使产品种类达到307种，创下了公司历史上的最高记录。为了追求久已未至的赢利，公司决策者甚至冒着巨大的风险向经销吉尔伯特公司玩具的超级市场拍胸脯保证实行担保销售，即一旦玩具销不出去，公司将无偿回收。尽管如此，公司该年的销售额仍在继续下跌，仅有1070万美元，不但没有赢利，亏损额反而扩大到了70万美元。

圣诞节后，吉尔伯特公司还不得不从各超市中收回没有卖出去的价值为350万美元的玩具。

在此情况下，拉瑟仍然没有意识到自己决策上存在的问题，他断定公司之所以没有“翻身”全是由于自己两年前带来的高层管理人员的无能所造成的。为此，他将这批人中的大多数予以撤换，任命在其心目中的能人、他的好友安森·艾萨克森担任公司业务总裁及执行委员会主席。

艾萨克森上任后对销售制度做了重大改革。在经销队伍上，他启用了生产商代理人来取代专职人员。生产商代理人是一种独立的销售代理人，他代理相互之间没有竞争的各厂商的产品，收取固定的佣金（通常是推销额的5%—6%），在某种程度上，使用代理人要比使用公司自己的销售队伍成本低，并且能接触更多的经销商。但另一个方面，由于生产商对代理商没有什么控制，这就无法保证代理商能向顾客尽量推销本公司的产品。同时，艾萨克森对生产人员也进行了大幅度裁减。结果，1964年公司的管理费用和营业费用从1000万美元减少到了470万美元。

艾萨克森的努

《世界上最伟大的犹太商例》

力确实取得了成效。这一年，吉尔伯特公司的销售额达到了1490万美元，为50年代初以来最高的一次。但其利润却像一头羸弱的病牛，任凭鞭子怎样抽它，再也快不起来。这一年，公司还是亏损了290万美元。被连续亏损弄得焦头烂额的拉瑟，本应静下心来好好想想应对之策，可他仍然轻率地发动了大规模的电视广告运动和售点陈列展览计划。将预算销售费用的30%用在这一规模庞大的推销活动上，为公司的最后破产埋下了祸根。面对每况愈下的公司财务状况，艾萨克森开始到处寻求维持公司生存所需的资金。经过努力，他终于找到了资金援助。通过抵押大部分还没有抵押出去的公司财产，艾萨克森获得了625万美元的贷款。然而，贷款协议上有一条苛刻得令人咋舌的条款，即贷款条件根据该公司1966年是否赢利而定。如果吉尔伯特公司当年不赢利，那就要被要求立即偿还贷款，并且要清理财产来偿还负债。最悲惨的一幕终于发生了。1966年，公司不仅没有赢利，反而亏损了1287.2万美元。这样，贷款协议这根无形的绞索终于套在了吉尔伯特公司的颈上，等待着的就是这根绞索的轻轻一勒。1967年2月，曾经叱咤一时的A·C·吉尔伯特公司，终因草率决策造成难以挽回的损失而关上了大门。

尽力满足对方的内心需求 《塔木德》指出：假如所有人都向同一个方向行走，这个世界必将倾覆。在早期的商业时代，强者不需要谈判，只要诉诸强权，问题就可解决；在任何一个时代，弱者都要寻求他们优秀的谈判艺术，来保护自己，在现代，房屋贷款、违规违法、商业纠纷、家庭纷争以及任何涉及财富、权势、声誉、情爱等广泛的议题，都要通过谈判解决。犹太商经指出：尽力满足对方的内心需求是谈判的关键。就商业谈判而言，从一定的意义上说，手段决定效果。如果你在谈判期间采取的攻势，让对方无法抵挡，对方又无可选择，但又没有真正心悦诚服、从内心里真正接受，那么，攻心可能是谈判中最值得尊重的战术手段。怎样战胜对方呢？犹太谈判专家尼仑伯格说：“一个成熟的谈判家应懂得，必须以合作之精神与方法去进行谈判，他不仅应当努力使谈判达成协议，而且应该充分认识到，一场圆满成功的谈判，双方都是胜利者。”要能使你的精神力量真正达到对方的内心世界去，尽力满足对方的内心需求，这样，谈判才从根本上体现出合作精神。犹太商人成功的谈判术，主要包括以下几个方面：（1）利用所获得的情报，做好谈判前的准备工作，确立谈判的终极目标。犹太商人在谈判前都要研究对方的背景、发展历程、主要特点、实力等广泛的情况，然后确立要达成的基本目标，并规划出达成这一目标的方式和手段。在谈判前明确自己的目标是致胜的关键，它能左右你的谈判进程，使你谈判时灵活自如，更具谈判的弹性，能调动起谈判的情绪，控制谈判的气氛，这是成功的商业谈判不可少的。这需要进行大量精细的准备工作。（2）重信守诺，营造良好谈判氛围。无论自己实力强弱，都要勇敢面对谈判，营造一个和谐的谈判气氛。双方有了信任感，才可能达成协议。向对方展示出自己重信守诺。在犹太商人看来，承诺一旦做出，无论如何也要履行诺言。不要轻易让步，更不能轻易许诺，如果没有意向时，可以坦然相告。在商业谈判中言行不一，难以取信于人，谈判很难进行。比如日本商人在谈判时特别喜欢空口承诺，却不能兑现。20世纪90年代，纽约大学准备成立一个日本经济研究中心，大约需要300万美元的基金，希望能从日本方面募集一半的资金，于是派出了一位著名学者前往会见日本首相及金融业巨子。日本方面认为研究中心的成立对于日本具有重大的政治和经济意义，表示大力支持。可在筹措资金时日本商人却一分钱也没有资助，这令美国学者十分愤怒，并向日驻美使馆提出强烈抗议。犹太商人在谈判中从不违约，这比日本商人置合同如废纸的形象，显然高明得多。（3）下定决心，从大处把握，自信自强。在激烈的谈判中，弱势一方往往表现出没有战胜强者的信心，对于一些不能控制的部分不敢果断决策，结果错失良机。犹太商人最长于和强大的对手谈判。精明的犹太人总会从大局着手，为自己争取到最大的利益，冷静客观地面对。他们会一分一厘地和对手讨价还价，对于合同中即使是极小的部分，都要和对手理论，甚至争吵，不过第二天他们很快恢复平静继续和对手谈判，从对方变化的情绪中捕捉信息，有力出击。

.....

《世界上最伟大的犹太商例》

媒体关注与评论

前言《塔木德》指出：说一千句话不如列举几个例子更有力量。千百年来，犹太商人用他们杰出的智慧和无可辩驳的实例让全世界的商人为他们而惊叹，人们从身边一个又一个犹太商人的神话中认识了犹太人，认识了犹太人的经营智慧，更认识了犹太人与众不同的经营理念和深刻思想。今天，那些杰出的犹太商人的智慧已经被载入了史册，他们将与时间共存。这本《世界上最伟大的犹太商例》收集了迄今为止最为人知的犹太富豪们成功的案例，搜罗了这些成功商人们所留下的各种史料和见证，以无可辩驳的事实向后人展示了犹太商人的成功轨迹和心路历程。他们是今天商人们学习的最好教材，也是生意人搞好经营无可争议的好榜样。在这本书中既有犹太商人们白手起家的创业商例，也有决策失误、大意失荆州的失败商例；还有凭借三寸不烂之舌、说得天旋地转的公关商例；以及破釜沉舟、孤注一掷、终获回报的投资商例；更有针锋相对、舌战群儒的谈判商例。不仅如此，既有厚利多销、定点进攻、势如破竹的营销案例；又有你夺我争、以其人之道还治其人之身的竞争商例；还有一言既出，驷马难追的诚信商例；以及运筹帷幄、决战千里的决策商例和以汤沃雪、一鸣惊人的广告商例等。这些案例无论是在经营创意上，还是在管理方法上都具有鲜明的风格，为了使读者读起来生动有趣，本书还尽可能用通俗易懂的语言表达犹太商人的思想、观点、基本方法，并附有精美的插图和简要的提示，相信你的阅读一定会轻松、愉快而且有启发、有收益。总之，本书内容新颖，材料丰富，论述精炼。一册在手，读者便可以纵览犹太商人们成功经验和失败教训，相信能够帮助广大读者理解有关经商的经验 and 思想，使读者非常容易吸收并消化这些商业竞争中的优秀思想，提高商业操作及实战能力，从而在市场竞争的大海中游刃有余。

《世界上最伟大的犹太商例》

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