

<<赚“犹太人”的钱>>

图书基本信息

书名：<<赚“犹太人”的钱>>

13位ISBN编号：9787504741257

10位ISBN编号：7504741256

出版时间：2012-1

出版时间：中国物资出版社

作者：胡珂

页数：199

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>

## <<赚“犹太人”的钱>>

### 前言

如果说生意场中大多数人都是精明的，相信很多人会毫无不犹豫地表示认同。

也就是说，一旦做生意，我们十有八九都会与精明人打交道。

那么，精明人究竟是怎样的呢？

他们有哪些显著特点？

我们应该如何与他们做生意才会更容易成功？

带着诸如此类的问题，让我们一起来揭开精明人的神秘面纱，进而找到与他们做成生意的秘诀。

其实，无论从哪方面来说，精明人首先也是人。

他们同样具有普通人的共性，他们也要生存发展，他们也有七情六欲。

凡是人的各种情感欲望，他们样样不少。

因此，我们要以平常的心态来看待精明人，既不要仰视他们，也不应鄙视他们，更不必害怕他们。

基于这样的认识，当我们与精明人做生意时，也要遵循基本的常识和原则。

比如，我们要了解他们的需求、明白他们的一些想法、清楚他们的兴趣爱好……这些是任何时候做生意都要熟练掌握和灵活运用核心要领。

而且，精明人也有与普通人相似的各种人性的弱点，也有虚荣心，也爱面子，等等。

只要准确抓住了他们的这些个性特征，那么也就找到了与他们做生意“百试百灵”的重大突破口。

当然，精明人的确有他们的过人之处，例如他们通常思维敏锐细致，偏于理性务实，看重利益，有主见，深谙人情事理，有时可能比较滑头，善于使用“诡计”或设圈套，等等。

正因为如此，与精明人做生意需要我们格外小心和充分提高警惕性。

有时，要识破他们的一些不良企图，防止他们的“阴谋”得逞；有时，要与精明人展开针锋相对的“智斗”。

可见，与精明人做生意需要付出更多心血和精力，需要具备超出寻常的智慧谋略，需要剑胆琴心般的缜密和魄力，这也正是许多人对精明人闻之色变或避之唯恐不及的原因所在。

不可否认，在生意场上，精明人多数时候是比较难以对付的，或者说，一般人很难胜得过精明人。

无疑，精明人从来都不是省油的灯，鉴于此，我才撰写了《赚“犹太人”的钱：如何与精明人做生意》这本书。

在本书中，我从各个角度对精明人的需求特点等情况作了较为全面的剖析，而且以生动具体的案例来佐证，道理与事实相融合，读起来耐人寻味，会让你别有一番领悟。

相信通过本书，各位读者朋友将对精明人有更加深切详尽的了解，并从中学习到与精明人做生意的实用诀窍。

可以说，读过本书，你会懂得精明人并不像一般人想象得那么可怕；同时你以往对他们的一些误解将逐一化解。

事实上，尽管精明人似乎有点“不可理喻”，然而只要你把握住与他们做生意的某些关键点，结合实际运用正确，那么你完全有理由期待在今后的生意中取得可喜的成效。

胡珂 2011年11月

## <<赚“犹太人”的钱>>

### 内容概要

本书系是由中国物资出版社和华夏智库培训中心共同打造的本土原创经管书系，书系致力于中国本土企业经营战略、运作管理、人力资源优化及营销模式等方面的研究，涵盖战略、管理、人力资源、营销、个人成长5大板块。

具体内容涉及企业战略、决策力、领导力、商业模式、资本运营、执行力、中层管理、管理技能、团队建设、沟通技巧、危机管理、绩效考核、薪酬福利、市场营销、营销管理、品牌经营、营销策划、网络营销、国际贸易、渠道建设、经销商管理、销售技巧、商务谈判、电话销售、门店销售、客户服务、大客户销售、人际关系、形象礼仪、职业素养30个小项。

打造中国本土原创经管书系是我们的工作，建立中国特色的企业管理运作理论体系是我们的责任！与您牵手，共创华夏盛世，愿我们共同努力！

## <<赚“犹太人”的钱>>

### 作者简介

胡珂

企业培训专家，实战派培训师。

亚太客户关系管理学院培训师、亚洲管理科学协会认证讲师、北京大学经理人网特约讲师、清华大学企业学院高级培训师、中国培训网高级顾问、中国第一讲师网高级培训师、中国管理培训网高级培训师、国家高级人力资源管理师。

中国香港商业主流媒体《世界经济》杂志专栏撰稿人、

《投资与合作》杂志特约撰稿人。

著有畅销书《如何成为企业最优秀的员工》，荣登亚马逊网管理书籍畅销榜。

多年来致力于企业管理的咨询与实践，服务客户横跨科技企业、生产企业、金融企业、物流企业、服务企业、商贸企业等多个行业，包括华泰证券、中国银行、中

国移动、中国人寿、中国邮政、中国石化、宝钢集团、德国西门子、日本三菱、香港百盛集团、苏州开发区管委会等数百家知名企业和机构。

## <<赚“犹太人”的钱>>

### 书籍目录

#### 第一章 需求至上：满足精明人的重要需求

- 让“总统”做你的促销员
- 赞美满足他的“面子”
- 兴趣，精明人的突破口
- 合理务实，满足切身需求
- 细心剖析，投其所需
- 创造条件满足对方需求
- 公私兼顾，对症下药
- 曲径通幽，轻松成交
- 卖产品，更卖感觉

#### 第二章 从弱点人手：精明人并非完美无缺

- 顺应对方心意，迂回成交
- 用虚名和实惠满足他
- 比对方更有远见和胆魄
- 借助关系，以谋制胜
- 巧设“圈套”，以柔克刚
- 抓住对方弱点，攻其软肋

.....

#### 第三章 友善互动：与精明人一起赚钱

#### 第四章 比他更精明：让精明人跟随你

#### 第五章 比他更有耐心：比精明人多坚持一分钟

#### 第六章 精明人很好“奇”：不走寻常路，出奇方制胜

#### 第七章 谈判桌前的较量：与精明人巧妙过招

#### 第八章 签约一刻的智斗：未雨绸缪，消除隐患

## <<赚“犹太人”的钱>>

### 章节摘录

版权页：与他们做生意时，如果尽快找到其独特兴趣，然后从该兴趣点谈起，那么对于生意的成交必定功莫大焉。

请记住：兴趣，永远是与精明人做生意的重要突破口！

黑人约翰逊创办了《黑檀》《黑人文摘》《黑玉》等杂志，还有电视台、电台以及模特公司、化妆品公司等。

可以说，约翰逊是个成功人士。

决定他生意上取得巨大成功的是他出色的与人交际的技巧。

在创业初期，约翰逊决心得到森尼无线电公司的广告投资。

当时该公司的老板是麦唐纳，一位精明能干的主管。

约翰逊写信给他，要求和他面谈森尼公司广告在黑人社会中的重要性。

麦唐纳礼貌性地回了信，说来信收到，不过不能相见，因为自己不主管广告。

约翰逊清楚，麦唐纳的敷衍做法只是想摆脱他，但自己不能因为遭拒就气馁。

约翰逊拒绝认输，他想：麦唐纳既然是公司的老板，但不管广告，那么他管什么？

答案很明显，他管的是政策，相信也包括广告政策。

于是，约翰逊又写了封信给他。

问他可不可以抽出点时间接见他，谈谈他在黑人社会中进行广告宣传的政策。

不久，约翰逊接到了麦唐纳的回信。

麦唐纳说：“你是个坚持不懈的年轻人，我决定见你。

不过，你要是想谈在你的刊物上刊登广告的事，我就立即结束谈话。

”约翰逊非常兴奋。

他翻阅了《美国名人录》，发现麦唐纳是一位探险家，曾经到过北极。

约翰逊记起，著名黑人探险家汉森也曾到过北极，两人探险时间相差无几，汉森还曾就探险一事写过一本书。

## <<赚“犹太人”的钱>>

### 编辑推荐

精明人也有与普通人相似的各种人性弱点，也有虚荣心、爱面子。  
只要准确抓住了精明人的个性特征，那么与他们做生意也就有了屡试不爽的重大突破口。  
让我们一起来揭开精明人的神秘面纱，进而找到与他们做成生意的秘诀！

<<赚“犹太人”的钱>>

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>