

<<老板经典>>

图书基本信息

书名：<<老板经典>>

13位ISBN编号：9787510418105

10位ISBN编号：7510418100

出版时间：2011-7

出版时间：新世界

作者：韩冰

页数：361

字数：500000

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>

<<老板经典>>

内容概要

韩冰编著的《老板经典——中小企业做大做强的八项修炼》是专门为年轻企业家编写，非主流MBA经典培训课程的精华本。

《老板经典——中小企业做大做强的八项修炼》中的培训教练来自全世界最有人气的成功及商业大师——拿破仑·希尔、戴尔·卡耐基、松下幸之助、乔·吉拉德、比尔·盖茨、史蒂芬·柯维、卡耐基夫人和李嘉诚。

《老板经典——中小企业做大做强的八项修炼》中的思想精髓包括：激励、经营、推销、效能、财富、演说、商业谋略和魅力等八个方面。

<<老板经典>>

书籍目录

写在前面

第一项修炼 成功学

——成功学大师拿破仑·希尔教你带领企业成功致富

第1章 成功思维：任何一款成功故事的开头方式

预测一个人未来的简便方法

是什么限制了大多数人的成功

任何一款成功故事的开头方式

生命中宝贵的成功循环线

为什么很少有人40岁前成功

为什么人类的成长离不开问题

决定为什么没有对和错

别人根据什么标准评断我们

第2章 成功榜样：华盛顿文明礼貌守则110条

米开朗基罗杰作《大卫》的神奇来历

爱迪生如何将“不可能”变为“可能”

亨利·福特使梦想成为现实的方程式

华盛顿文明礼貌守则110条

全世界最畅销香肠的奋斗故事

哲学家苏格拉底犯过的最大错误

被打败却没被打倒的伟人们

第3章 成功致富：化渴望为财富的6大步骤

化渴望为财富的六大步骤

卡内基讲给落魄推销员的4句话

如何让自己的收入倍增

如何将入住率10%的大楼变为100%

一个月如何完成20万销售额

小超市战胜超市连锁店的秘诀

企业长久的赚钱之道

如何进行有效的自我操练

第4章 成功路径：改变决定，改变行为，改变结果

坏男孩凭什么成为成功学大师

改变决定，改变行为，改变结果

使梦想成为现实的印度谚语

成功人士必经的4个阶段

如何寻找成功私人教练

如何从山谷冲往山顶

如何用80美金环游世界

保持良好人际关系的方法

第5章 成功驱动：客观存在的问题圈效应

两种截然不同的自我心理暗示

造成成功与失败的唯一关键点

习惯养成法则——宇宙共通的法则

人生最主要的两个驱动力源

积极与消极的本质区别

客观存在的问题圈效应

<<老板经典>>

追求个人成功最保险的方式

付出定律：宇宙中最伟大的成功定律

第二项修炼 经营策略

——经营大师松下幸之助教你铸就国际一流企业

第6章 经营客户：生意的终极目的是什么

丰臣秀吉启示录

乞丐凭什么成为贵客

怎样给客户当掌柜

为什么要善待不被录用者

生意的终极目的是什么

做生意的不二法门

如何替客户挑选好物品

出现财政赤字怎么办

贯彻共存共荣原则

为什么你的公司是我的

第7章 经营产品：售货如同嫁女儿的3层意思

最有价值最永恒产品的唯一标准

任何产品的生命周期过程

开门营业之前的第一件事

售货如同嫁女儿的3层意思

发挥产品价值的关键点

松下经常反问自己的问题

如何把产品送到消费者手中

如何突破模仿的怪圈

生产一流产品的关键

第8章 经营人才：松下电器是制造什么产品的公司

社长每天必须问自己的问题

松下电器是制造什么产品的公司

老板与老师的相通之处

为什么选用看到国旗掉泪的人

小商店业绩蒸蒸日上的法宝

说服力与影响力的关系

三头合议制管理模式

事业部分权经营法

催人奋进的员工守则

企业经营的“教条”化

顺应同化式教育

如何向员工颁发谴责状

一种症状两个药方

第9章 经营思想：松下自来水哲学

松下自来水哲学

宗教式经营法

水坝式经营法

玻璃式经营法

尺蠖虫式经营法

下雨撑伞式理论

企业朝会和夕会制度

<<老板经典>>

第10章 经营人心：团体结队出货仪式

佛家最起码的道德要求
团体结队出货仪式
做生意与自动售货机的区别
为什么美国海军如此敬重野村先生
怎样才能解决用人的苦恼
如何处理委任与放任的关系
为对方利润打算的最大好处
日本企业的泄气工程系统
商人赚的钱是谁的
松下为什么骂员工
公司困难时期的裁员问题
第三项修炼 推销力
——推销大师乔·吉拉德教你每天成交亿万订单

第11章 推销精神：全盘失败者凭什么成为最棒推销员

推销员很坏很坏吗
全盘失败者凭什么成为最棒推销员
被客户拒绝意味什么
推销员的两大敌人
推销最重要的两个单词
乔·吉拉德为什么能做到
乔·吉拉德办公室里的一句标语

第12章 推销策略：当你卖汽车的时候你要卖什么

当你卖汽车的时候你要卖什么
这次推销目的是什么
如何证明产品是最好的
乔·吉拉德如何撒谎
乔·吉拉德猎犬计划
经验通过什么方式获得
“您会感觉到”强力推销话术

第13章 推销案例：乔·吉拉德办公室为何没有汽车宣传画

乔·吉拉德怎样找工作
乔·吉拉德如何发名片
如何调动客户的感官与感情
人品与产品哪个次要
乔·吉拉德250定律
乔·吉拉德办公室为何没有汽车宣传画
乔·吉拉德在谈论汽车时谈论什么

第14章 推销守则：确保推销员成交的6样东西

今天你为什么要去推销
你到底喜欢什么样的客户
如何搜集有用的推销情报
客户购买风险问题
如何服务更多的人
怎样成为最顶尖汽车推销员
确保推销员成交的6样东西

第15章 推销细节：1年邮寄12封信和168000张卡片

<<老板经典>>

- 乔·吉拉德卖的产品是世界第一吗
- 1年邮寄12封信和168000张卡片
- 富推销员日常使用的词汇
- 说服自己的最好方法
- 乔氏超值服务怎么做
- 怎样让客户知道你对他感兴趣
- 乔·吉拉德推销用语禁忌
- 第四项修炼 工作效能
- 效能大师史蒂芬·柯维教你打造高效能团队
- 第16章 系统效能：时间管理的4个象限
 - 时间管理的4个象限
 - 五代时间管理模式
 - 处理信息泛滥的秘诀
 - 电话干扰的原因及解决方法
 - 会议耽误时间的原因及解决方法
 - 时间管理的16个法则
 - ABC排序系统
- 第17章 沟通效能：如何进入对方的内心世界
 - 避免沟通不良的有效步骤
 - 如何进入对方的内心世界
 - 如何利用他人的性格模式
 - 有技巧地去要求的5个原则
 - 一流沟通者熟知的合一架构法则
- 第18章 流程效能：巧妙拒绝让你的生活步入正轨
 - 内心引导生活的4个步骤
 - 空间条理化的SPACE妙招
 - 报告坏消息的骨架（SPINES）策略
 - 时间管理的5个步骤
 - 快速思考的9个步骤
 - 巧妙拒绝让你的生活步入正轨
- 第19章 团队效能：Z型组织的文化特征
 - Z型组织的文化特征
 - 团队危机激励法
 - 结果导向的11层含义
 - 管理者授权的10大原则
 - 如何掌控关于人的因素的干扰
 - 处理棘手问题的方法和具体战术
- 第20章 习惯效能：高效能人士的7个习惯
 - 摄影师和摄影爱好者的区别
 - 高效能人士的7个习惯
 - 记住别人名字的3个技巧
 - 影响人作决定的6个原因
 - 让工作更快更好的秘诀
 - 详细了解一个人的7种途径
 - 如何规划你的每一天
 - 第五项修炼 财富驱动力
 - 财富大师比尔·盖茨教你创造世界财富神话

<<老板经典>>

第21章 战略驱动力：两个字可以概括微软

速战思想
情报分析策略
数字化处理系统
两个字可以概括微软
每天怎样才能有新产品
为什么不与最终用户交谈
绝不屈居第二战略

第22章 组织驱动力：小团体思维模式

拆分重组效应
分层治理模式
小团体思维模式
人格化管理
早期警示系统
神奇的反馈圈
冲突是坏事吗
如何把坏消息转化为好消息
为什么要爱年轻人
办公室到底属于谁
怎样使员工过得舒坦

第23章 危机驱动力：比尔·盖茨每天问的4个问题

推销式面试
比尔·盖茨每天问的4个问题
决策恐惧综合症
如何才能少犯错误
如何应对商业新规则
如何永远保持NO.1优势
微软距离破产还有多远
迎接未来挑战的唯一策略

第24章 利益驱动力：价值和价格哪个重要

无极限扩张法则
合作营销模式
创意如何带来成功
如何通过关系开展业务
比尔·盖茨式年终金手铐
前途和钱途哪个重要
价值和价格哪个重要
比尔·盖茨为什么而工作

第25章 完美驱动力：比尔·盖茨式“N—1”雇员计算公式

专业化特色
挑战零缺陷法则
微软最厉害的地方
产品还能更好吗
何谓吃自己的狗食
如何预期员工会失败
让员工给自己打分的方法
微软为什么不雇用笨蛋

<<老板经典>>

比尔·盖茨式“N—1”雇员计算公式

第六项修炼 演说术

——演说大师戴尔·卡耐基教你用舌头打败拳头

第26章 演说姿态：伟人们的第一次登台演讲

伟人们的第一次登台演讲

英国国会一则古老的格言

是什么在决定听众的态度

尼克松为什么会败给肯尼迪

说什么和怎么说哪个重要

演讲者千万不要犯的错误

演讲者赢得尊重的最好方法

第27章 演说要点：讲好一个故事遵循的5个原则

什么题目振奋人心

引人注意的两个开场白

如何把要点依次列出来

如何创造合适的说服氛围

如何与听众融为一体

讲好一个故事遵循的5个原则

最有效的总结观点的方案

第28章 演说技巧：卡耐基的“先行自责”说服法

什么人说的话最吸引人

使演讲亲切自然的方法

运用对比性数字的好处

什么样的展示物是最棒的

什么样的演说结尾最漂亮

卡耐基的“先行自责”说服法

第29章 演说焦点：什么书出版两周卖了15000册

使听众密切注意的秘密

如何让听众一直点头

吸住听众的8种方式

什么书出版两周卖了15000册

什么样的演说辞最肉麻

穿透冰空气的演说秘诀

第30章 演说习惯：著名演说家推销实习备忘录

著名演说家推销实习备忘录

怎样才能记住演说要点

自我介绍的3个基本原则

如何向家庭主妇说明冰箱除霜的道理

如何给谈话打个圆满的句号

与名流说话注意什么

老式传记与新式传记写法的不同

第七项修炼 商业谋略

——商业大师李嘉诚教你白手起家、以小搏大

第31章 创业谋略：长江实业重要的3样东西

实业、伟业和创业

长江实业重要的3样东西

李嘉诚成功的3个阶段

<<老板经典>>

商人的角色定位

从善生意经

眼界何以全球化

如何保持低调

为什么要争分夺秒抢学问

怎样才能不浪费1分钱

简朴生活有趣吗

第32章 管理谋略：选公司领导层最看重什么

什么是最大资产

企业神奇智囊团

日常管理9要点

理财如何有耐心

怎样做到大象蚂蚁各尽所能

企业核心责任是什么

谁在养活老板和公司

选公司领导层最看重什么

第33章 竞争谋略：为什么不可独霸行业

游泳哲学

如何才能赢

竞争 斗争

如何寻找市场空白

事不过三是什么意思

多问一个为什么的好处

怎样讨顾客欢心

如何让对方有赚头

为什么不可独霸行业

何谓有所不为

为什么没有永远的生意

第34章 资本谋略：收购和买古董的区别

何谓现金流控制权

收网和撒网哪个重要

投资风险评估方法

十年如何磨一剑

李嘉诚如何作经营决策

为什么要两条腿走路

一窝蜂时怎么办

如何照顾小股东利益

收购和买古董的区别

第35章 公关谋略：李嘉诚先生的梦想和希望

无形资产附加值

什么是第一生产力

什么是第二生命

李嘉诚的“第三个儿子”

如何做到不伤害他人

怎样把钱花到实处

政商关系如何处理

政策的手怎么抓

<<老板经典>>

李嘉诚最自豪的事

李嘉诚先生的梦想和希望

第八项修炼 魅力魔法

——魅力大师卡耐基夫人教你在商场光芒四射

第36章 性格魅力：上帝为什么偏爱普通人

汤姆-索耶原则

世界上最神圣的东西

如何让自己满意

弄清自己性格的3个方法

上帝为什么偏爱普通人

人为什么不知道自己要什么

判断一个人力量大小的唯一标准

让人喜欢你的最稳妥的办法

第37章 仪态魅力：美国总统礼仪顾问关于服饰的忠告

行走方式的含义

目光语言为何重要

藏在你面部表情背后的秘密

不降低自己身份的几种姿态

如何为自己的声音体检

如何使用香水

自然而然的微笑长什么样

把自己藏在形体后面的秘密

手势语的3种基本动作方式

美国总统礼仪顾问关于服饰的忠告

第38章 交际魅力：与人谈话保持距离的4个圆

第一印象为何重要

胜者的“介绍信”是什么

如果你错了怎么办

如何探询别人的诉求

从争论中获胜的唯一秘诀

影响别人最重要的一条原则

与人谈话保持距离的4个圆

第39章 心智魅力：增强自我尊重的若干方法

治愈伤害的良药

你了解自己吗

如何与自己对话

怎样讲述自己的优点

如何摆脱时尚的压迫

如何改变自己的年龄

增强自我尊重的若干方法

富兰克林判断一本书价值的标准

使生命更富于力量的思维模式

第40章 行为魅力：为什么有教养的人遵守条条框框

真正的教养是什么

什么样的形体会降低你的影响力

为什么没有人想雇用刺头

如何有效地使用真诚的肯定

<<老板经典>>

为什么有教养的人遵守条条框框
表达感情时注意什么
人类最糟糕的行为方式

<<老板经典>>

章节摘录

追求个人成功最保险的方式 帮助别人解决问题。
也会帮助你解决自己的问题。
每一个事业有成的人，在成功的路上，都曾经得到过别人许多帮助。
帮助别人成功，是追求个人成功最保险的方式。
每个人都有能力帮助别人。
一个能够为别人付出时间和心力的人，才是真正富足的人。
如果一个人顶尖的成就让你感到光荣，你能够说“是我让他有今天”，这将是你最 值得骄傲的经验。
帮助别人不仅利人，同时也提升自身生命的价值，不论对方是否接受你的帮助，或是否心存感激。
想想看，如果每一个人都帮助他人，终其一生帮助对方，世界将变得多么和谐与美好！
当然，我们每一个人也都会得到别人的帮助。

帮助别人也可以使你的事业获利。
拿破仑·希尔曾经说过，获利性最大的习惯是：出人意料地提供有用的服务。
以下这些真实的故事，将帮助你思考帮助别人的方法。
美国东部某一个城市里，有一家经营非常成功的商店，他们所用的方法非常简单。
店里的职员经常巡视商店附近的停车表，看到“已逾时”的灯号就代为投币，并且附上一张纸条，说明该家商店非常乐意为驾驶人服务，以免他们因为逾时停车而被开罚单。
许多驾驶人专程到店里道谢——然后买了一些东西。

波士顿有一家大型的男饰店，他们所卖出的每一套西装口袋里，都塞着一张印刷精美的卡片。
他们告诉消费者，如果那一套西装令他感到满意，可以在6个月后，拿着那张卡片回到店里换一条领带。
当然，消费者很高兴再回到店里——经常会再买一套西装。

另外一个例子是讲布尔特·史托克，他原本在俄亥俄州立监狱服刑，后来被释放，免除20年的有期徒刑。
史托克在狱中成立一所函授学校，教授各项课程，对象是监狱中的受刑人，学生超过1000人。
这些课程不但完全免费，也不要求政府补助，他甚至说服国际函授学校捐助教材。
这项计划得到很大的回响，史托克重获自由，作为他努力付出的报酬。

用你的脑筋，评估你的能力和心力。
谁需要你的帮助？
如何帮助他们？
不需要花钱，只要技巧和服务的热诚。
帮助别人解决问题，也会帮助你解决自己的问题。
付出定律：宇宙中最伟大的成功定律成功是你愿意拿什么来换取什么的问题，而不是你单方面的获得。

宇宙中有一种伟大的定律，叫付出定律。
它告诉我们，只要你有付出，就一定有获得，获得不够，表明付出不够，想要得到的更多，你必须付出更多。

不了解付出定律的人非常多，他们虽总是想得到什么，可他们总是得不到，因为他们从来不想先付出什么。

当你一直不断地在付出，并不计较回报的时候，你会发现，很多收获是自然而然得来的。
只要你能先付出，并不断付出，让别人得到他想要的，别人就一定会还给你你想要的，你能让上天欠你债，总有一天上天也会还你债的。

付出与收获永远是成正比的，付出越多，收获越多。
但有时你会发现，付出与收获不成正比，也就是说你付出得多，但收获得少。

<<老板经典>>

此时，你千万不要停止付出。

因为最后 可能有一天，你会付出得少，但收获得多。

时间会证明你的付出是没有白费的，不幸的是99%的人都在这个时候停止付出了。

你必须知道别人要的是什么，并且帮助别人得到他要的。

如果你是推销员，先对顾客付出，他就会让你收获。

你的工作不是在赚钱，而是在大量地为每一个顾客付出。

如果你是领导者，不断地为你的部属付出，帮助部属得到他所想要的，最后你还是会得到你所想要的

。如果你是父母，就对儿女先付出；如果你是老师，就对学生先付出。

不论你以什么样的方式付出，你的工作就是为了付出而付出，而不是为了获得而付出。

成功是你愿意拿什么来换取什么的问题，而不是你单方面的获得。

为什么花园里能开满花？

因为花粉在不断地传播。

花粉为什么能不断传播？

因为蜜蜂在采花蜜，蜜蜂传播了花粉，花因为付出花粉给蜜蜂，才有办法获得生命的延续。

大自然的法则，告诉了我们这个道理。

<<老板经典>>

编辑推荐

实战派MBA课程精华 《老板经典：中小企业做大做强的八项修炼（超值金版）》是商业大师写给未来精英的忠告。

来自全世界最有人气的成功及商业大师培训课：拿破仑·希尔、戴尔·卡耐基、松下幸之助、乔·吉拉德、比尔·盖茨、史蒂芬·柯维、卡耐基夫人和李嘉诚等人——现身说法，为老板们指点迷津。

每一位老板都需要思考：是什么限制了大多数人的成功？

为什么很少有人40岁前成功？

决定什么没有对和错？

松下为什么选用看到国旗掉泪的人？

微软为什么不与最终用户交谈？

为什么不可独霸行业？

人为什么不知道自己需要什么？

为什么有教养的人遵守条条框框？

《老板经典：中小企业做大做强的八项修炼（超值金版）》的阅读建议：（1）阅读前，120%相信《老板经典：中小企业做大做强的八项修炼（超值金版）》定有受用之处——看见是从相信开始的（2）阅读时间最好为早起后30分钟和睡前30分钟——心灵成长欢迎安静，拒绝喧闹（3）倘若不认同书中某章或某节，请抛开——智者从来不把本来快乐的事变成折磨（4）读完一章或一节不忙于分享——达人需要沉淀，达人需要传播做到的而不是学到的（5）读完后，请将实用部分融入经营和成长中，逐渐忘记《老板经典：中小企业做大做强的八项修炼（超值金版）》——书是为你服务的！

《老板经典：中小企业做大做强的八项修炼（超值金版）》的使用功能：（1）自学功能——为企业总裁或经理人提供思考方法和问题解决方案；（2）培训功能——用来对主管和下属实施自助阅读培训；（3）赠送功能——通过跟客户、朋友分享，一起成长和进步。

<<老板经典>>

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>