第一图书网, tushu007.com

# <<总经理把私营企业做大做强的18条黄金法 >

## 图书基本信息

书名：<<总经理把私营企业做大做强的18条黄金法则>>

13位ISBN编号：9787530817889

10位ISBN编号：7530817884

出版时间：2009-8

出版时间：天津科学技术出版社

作者：孙汗青

页数：324

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

## 内容概要

在全球经济一体化的大背景下，组建大而强的公司是实现走出去战略和走新型工业化道路的主体，这已成为中国公司越来越明确的路径。
而民营公司的市场化程度要远远高于国有企业，这样对民营公司来说，把公司做大做强更有其特殊的意义。
那么，民营公司的总经理如何把公司做大做强呢？
第一是你有没有核心技术。
我们看微软和因特尔这些公司就是靠核心技术做大的，有了这些核心技术，所有的公司都要和它合作，成为它的供应商，所以它可以做大。
第二是你有没有成本优势。
你有了成本优势，你就可以做大，这个在制造业方面表现比较突出。
在服务业方面就表现得不是那么明显。
第三是你对供应链的管理。
从原材料到零部件的加工，你的管理能力如何，我们看一下戴尔和沃尔玛，它们什么都不生产，却成为全球最大的公司，戴尔能够把计算机全部的技术工序很好地管理起来，所以你在跟它订计算机的时候，它可以及时地供货，沃尔玛就更不生产东西了。
第四就是品牌。
品牌是一种责任，消费者是非常单纯的，因为他们单纯，就愿意给那些信得过的企业付钱。
第五就是垄断资源。
一种是自然资源，一种是市场资源。
比如说资本，信贷是垄断的，只能去银行贷款，得到贷款就可以做大，得不到就做不大。
比如说行业管制，国家对行业有很强的管制，如果进入企业就可以做大，进不了就做不大。
当然，这是从大的方面来讲，真正要想把公司做大做强，这里面还牵涉很多别的具体因素，比如管理、财务、营销、创新力、竞争力等。
而这些也正是本书要着力描述的。
《总经理把私营公司做大做强的18条黄金法则》基于大量成功的私营公司成长和发展的经典案例，从如何创业开始入笔，全面到位地提出了私营公司总经理如何把公司做大做强的18条黄金法则，几乎涵盖了私营公司在发展过程中所遇到的各种问题，希望能给每一位私营公司的总经理提供一些启发和帮助，并从中找到自己需要的东西，真正把自己的公司做大做强。

## 作者简介

孙汗青　教育背景：　中央政法干部管理学院法律专业；　华东师范大学教育学深造；　复旦MBA短训班结业；　交大高级管理咨询师资格认证培训。

现任职务：　余世维讲师团核心讲师；　上海复旦大学MBA班与公共决策学院特聘讲师；　杭州千部学院高级讲师；　上海电力学院特聘讲师；　思搏体验训练学校副校长；　北京大学民营经济研究院温州研究员；　温州管理科学研究院研究员；　温州翰海企业管理咨询有限公司董事长。

## 书籍目录

第一章 创业法则：创业就是活下来和挣钱 做最适合自己的行业 把自己的优势做成强势 创业就是活下来和挣钱 野心有多大，舞台就有多大 总经理莫要与烦恼忧愁为伍 坚持到底，永不放弃 总经理要有精明的头脑 总经理要有防人之心 总经理要多与自己较劲 总经理要有一个长远的规划 偷税漏税，是搬起石头砸自己的脚 第二章 品牌法则：品牌名不虚传，企业永垂不朽 三种品牌策略都是赚钱的招牌 包装商品的窍门 产品命名应注意的要求 塑造良好的公司形象 做好品牌防伪工作 不要自己砸自己的牌子 品牌是先有品质再打牌子 建立品牌的六大重点 经营品牌的三大策略 明星代言品牌的九大注意事项 为公司取名的十项原则 第三章 营销法则：一切围着市场转 “故弄玄虚”，尽量调动顾客的好奇心 利用广告的魔力 广告制作的根本在于市场信息 广告是为了销售，不是让你去“烧钱” “攀龙附凤”，做广告要能巧打明星牌 借树开花，造势宣传扬美名 以利为“饵”，让利顾客 思维要活跃，多找销售出路 建立一个稳健的销售网络 总经理必须掌握的6大营销武器 灵活操纵12种推销秘笈 容易忽略的6个销售细节 第四章 管理法则：既要“管得少”，又要“管得住，， 让员工乐于工作 让员工有一种安全感 培训你的员工 人尽其才，将合适的人摆在合适的位置 管理得越少越好 形成有效的奖励机制 如何与员工打成一片 总经理用人“十忌” 轻松管理的六个技巧 正确对待有过失的员工 一定要懂得有效授权 化解员工抱怨的六大步骤 第五章 质量法则：质量就是公司的生命 质量管理的重要性 质量就是公司的生命 君子爱财，取之有道 高质量是竞争的利器 如何正确面对退货 千万别在质量上动手脚 追求质量也是～种管理艺术 质量管理八项原则 第六章 决策法则：输赢只在一念间 充分准备，迅速决策 做决策要学会优选法 会议对于决策者有着重要意义 做决策要从全局利益出发 总经理应该分清轻重缓急 做出正确决策的三大方法 办法大家想，决策自己定 做决策要讲科学不能完全凭直觉 总经理要具备果断的判断力 “军”令如山，将决策贯彻到底 情绪不好时不要急于做决策 第七章 团队法则：最锋利的就是你和你的团队 单枪匹马是闯不出一番事业的 增强凝聚力，发挥整个团队的力量 团队的好坏决定事业的成败 团队执行力：现在，立刻，马上 科学的团队管理机制 不抛弃，不放弃 与团队伙伴同享荣耀 留住团队中的关键人物 发挥团队力量的基础——挥洒个性 建设团队的一个误区 塑造团队精神 团队协作的意义 第八章 人脉法则：人脉就是财脉 做生意就是做人情 学会向赢家请教和学习 与金融单位搞好关系以备后路 找到你的商业贵人 与媒体搞好关系 如何用自己的资源建立关系网 生意归生意，朋友不能丢 怎样与同行打交道 第九章 风险法则：不怕有风险，就怕不谨慎 经商就是要敢于冒险 风险与机遇并存 冒险是打开财富之门的钥匙 冒险也要认准方向 胆大还需心细，无谓的风险不要冒 看准机遇，就要敢于冒险 抓住万分之一的机会 别让经验束缚了头脑 总经理应该勇于尝试 学会分析经营风险 第十章 创新法则：因循守旧者死 灵活主动，大胆创新 领先行业，经营方式的创新 总经理形成创新能力的方法 能创新就一定有出路 善于创新，就要能反其道而行 阻碍总经理创新的六大因素 勇于创新但也要避免风险 总经理创新的四大原则 在公司中大力提倡创新思维 观念创新：观念一新，万两黄金 第十一章 合作法则：你吃肉，也要让别人喝汤 寻找最适合的伙伴一起创业 对合作伙伴不要要求太高 寻找同行合作，优势互补 合作双赢，互惠互利 不能与其合作的三种人 认清选择伙伴的误区 把合作变成壮大自己实力的手段 第十二章 竞争法则：敢于竞争，善于竞争 与对手竞争不能心慈手软 先发制人，竞争中要抢得主动权 死死地抓住竞争对手的弱点 让竞争对手的人才为我所用 商海竞争，小鱼如何不被大鱼吃掉 抢占市场空白 避免价格大战 活用各种竞争手法 不要总想着一下子击败对方 知己知彼乃竞争之要旨 如何在竞争中扬长避短 第十三章 效率法则：80%的收获来自20%的努力 效率是衡量经营成败的核心标准 学会将复杂的问题简单化 创造高效率的公司环境 打破只求生产绩效的经营模式 实施“弹性工作制” 如何科学合理地安排你的时间 统筹规划时间的两种方法 改变低效率的六种方法 把自己的工作任务清楚地写出来 提高会议的效率 总经理不能做“无头苍蝇” 第十四章 财务法则：总经理的

财务必修课　节约资金　一定要聘用一名优秀的财务主管　拥有一个良性的、健全的财务规划　避免不必要的花销　如何应对财务困境　降低生产成本的十大窍门　总经理理财九法　七分盘算三分魄力　总经理的公私财产要分开　注意防止家贼　第十五章　债务法则：要债的艺术　密切关注客户的经营状况　产生债务纠纷的五个原因　别掉进欠贷陷阱　如何对付狡猾的欠款人　赊账的坏处有哪些　实用催款技巧　这样的催款方式要不得　第十六章　谈判法则：谈判是一种心理战　谈判一定要有明确目标　谈判取得成功的四大妙法　商业谈判应该学会适当让步　必须学会讨价还价　谈判要善用“拖”字诀　如何面对谈判中的僵局　巧妙收场的诀窍　迅速达成协议的技巧　说服对手的三大绝招　开场白的表达方式　第十七章　危机法则：危机就是转机　危机时，对该解雇的人不能手软　居安思危，总经理一定要有危机意识　发现隐患要立刻消除　千里之堤毁于蚁穴，不要忽略任何一个错误　危机中大多蕴藏商机　危机时更要加强对资金的管理　处理危机时应注意的几点　第十八章　客户法则：绝对不要得罪你的客户　客户是你的衣食父母　同客户维持稳定的合作关系　深入了解客户　一流的服务：服务好才是真的好　注意服务的细节问题　倾听客户的声音，因客户而改变　要赢得顾客的心　让客户帮你宣传　要能听得进去顾客的抱怨　千万不要得罪顾客

## 章节摘录

第一章　创业法则：创业就是活下来和挣钱　　做最适合自己的行业　　做你最擅长做的事，做你最喜欢做的事。
不太了解的事最好不要做。
——巨人集团董事长史玉柱　　经商创业需要我们发挥自己的优点，需要我们去扬己之长避己之短。
在选择自己的创业行业时，一定要考虑自身的情况，千万不可冒冒失失，一头扎进自己不熟悉的领域而不能自拔。
例如，你擅长于某一行业，那么，你就不要强求自己去隔行创业，因为你即使做了恐怕也难有收获，除非你有一个特别好的项目。
从另一个角度讲，即使你的工作环境暂时与你自身的优势和优点有所不合，你这时候仍可积蓄自身的潜能，力求在本职工作中闯出一个可以扬己之长避己之短的小天地来。
从社会发展的大趋势和成功创业者的经验来看，一个人要想取得事业的成功，只有积累自身不断生长着的优势，才能将自身的优势最后转化为胜势。
我们的“优势”之所以要不断地生长，是因为目前数字信息化社会变化繁复，昨天的优势到了今天便有可能成为劣势。
当然，还有一种情况，你对某个行业不熟悉，但经过你的潜心研究学习，你很快地掌握了这个行业，熟悉了这个行业，并且通过你的市场调查与分析，你确信自己不会再犯主观主义的错误，那么你要涉足也未尝不可，另外，你不懂得这个行业，但你的合作伙伴却是这个行业的行家里手，那你要涉足也是可以的。
作为创业者，作为一个总经理，无论你是从这个行业转到了另外一个行业，还是初出茅庐，你都应该先仔细地分析分析自己有没有从事这一行业的能力，如果发现自己没有这一方面的能力，而只是凭借自己的主观愿望，你的这个美好的愿望十有八九会落空。
甚至，有时候你在某个行业干得很出色，可一旦换了一个行业，一切都可能发生很大的变化，再套用你原来的经验往往要打败仗。
因为一个人转行，是人生的一次巨变，要迅速地从其中走出来奔向创业成功的路是不现实的。
作为一名创业型公司的总经理，要一心一意、全心全意地去做熟悉、了解的行业，千万不要人云亦云，盲目跟风，不要好高骛远，也不要打一枪换一个地方。
如果能做到这一点，那么，公司就很可能会赚到钱。
否则，就只有站着观看的份儿，弄不好“海”没有下成，反而喝了一肚子“海水”。
商训深解　　中国有句俗话，“隔行如隔山”。
尽管社会中的各行各业是紧密地联系在一起的，但是每个行业之间存在着许多你看得见与看不见的隔阂和区别，每个行业都有其自身的经营之道。
所以，无论你是久经商场，还是初出茅庐，如果你这次创业要涉足一个你自己并不熟悉的行业，就一定要慎之又慎，绝对不能盲目从事，所谓的“量体裁衣”说的就是这个道理。
把自己的优势做成强势　　一个人一生只做一件事，肯定比三年做东、五年做西的人更容易成功。
——蒙牛乳业有限公司董事长牛根生　　作为公司总经理，你费尽九牛二虎之力，终于把自己的公司办起来了，但这并不算完，你还要经营好公司。
发现自己的优势，把公司做大做强。
总之，一句话，如果你是初入商海，就要从自己的强项和优势上开始突破！
只要你的公司不是冒牌货，那么就肯定有自己的特点，你把这个特点发挥出来，就成了长处，就可以适应不利的环境，把危机变成机会。
精明的总经理在于了解自己的长处和竞争对手的短处，而平庸的总经理畏于自己的短处和对手的长处。
（1）学会以优胜弱。

小公司的经营战略，简而言之就是以本公司的优点去攻取对手的弱点，守中有攻，攻中有守；保存自己，消灭敌人。
这是小公司生存的关键，也是它取胜的条件。
（2）学会以长攻短。
要“看看森林、看看树木”，发现公司最大的弱点是什么，再有的放矢地进行改革创新，使弱势转为强势。
（3）竞争是“你死我活式”的较量。
公司竞争是公司间基本竞争力量的对比、抗争。
公司面临的威胁，或者机会，将主要来自这些力量的对抗过程。
美国著名战略学家波特在其所著的《竞争战略》一书中指出：“一个产业部门的竞争态势取决于五种基本的竞争力量，这五种力量的合力将决定产业最终的利润潜力。
”这五种力量是：　①市场的潜在加入者。
新加入者会带来新的资源、新的生产能力，其必然会影响公司现有的市场占有率，打破公司间竞争力量的对比。
②公司（产品）之间竞争的激烈程度。
③替代品或服务的竞争压力，如鲜花、工艺品替代糕点，糖果等作为礼品，空调替代电扇等。
④用户或顾客的成交能力，其实质是不同的公司对不同的市场、用户的选择，即市场目标定位。
⑤供应者的成交能力。
即供应商对厂商所需资源的垄断程度。
商训深解　创业起步，刚办起公司，很多总经理最大的难题是缺乏操纵商道的经验，显得比较稚嫩，不知道该如何下手，常有前怕狼、后怕虎的心理。
显然，什么都不做，等于死路一条，这就需要发挥自己的强项，避实就虚，仔细琢磨，敢于出手。
其实，在商场上吃败仗是常有的事，关键是要少吃败仗，多打胜仗。
创业就是活下来和挣钱　小公司的战略只有几个字——活下来，挣钱！
——阿里巴巴集团主席马云　一位做百货生意的总经理，认为该行业竞争太激烈，赚钱太不容易，想转行搞网络服务。
一位下属劝他说，现在网络服务这一行已经人满为患，一些实力很强的公司都觉得生存艰难，我们没有经验，贸然投入，未必有利。
这个总经理说：“没有经验怕什么？
我刚做百货不到一年，也没经验，还不是做下来了？
”他执意转行，结果因竞争力不行，一年下来，老本几乎赔光。
这个总经理所犯的错误就是不懂得这个道理：有活下来的资本，才有赚钱的资本，不能“好好活着”，也就不可能“做有意义的事情”。
“好好活着是为了做很多很多有意义的事情”，而在经营公司的过程中，这个有意义的事情就是挣钱。
这毋庸讳言。
日本“经营之神”松下幸之助说过一句话：“企业家的使命就是赚钱，如果不赚钱那就是犯罪。
”　英特尔公司的首席执行官格鲁夫也说过，一个企业家赚钱叫道德，企业家不赚钱就是缺德。
如果企业家不赚钱，肯定是会给社会、给家庭、给个人、给团队、给员工造成严重伤害的。
而作为一个总经理，最应该做的事情就是在遵守法律和社会公德的前提下，努力地去赚钱。
在历史上，金钱曾被各个民族广泛地看做是一种罪恶或者至少是准罪恶的东西，但犹太人除外。
犹太人认为，赚钱是最自然的事，如果能赚到的钱不赚，这简直是对钱犯了罪。
作为创业者，应该向犹太人学习，抛开传统的偏见，虽然不能金钱至上，但一定要敢于挣钱，善于挣钱。
犹太人加利曾为一个贫穷的犹太教区写信给伦贝格市一个有钱的煤商，请他为了慈善的目的赠送几车皮煤来。
商人回信说：“我们不会给你们白送东西。

不过我们可以半价卖给你们50车皮煤。
”　　该教区表示同意先要25车皮煤。
交货3个月后，他们既没付钱也不再买了。
　　不久，煤商寄出一封措辞强硬的催款书，没过几天，他就收到了加利的回信：　　“……您的催款书我们无法理解，您答应卖给我们50车皮煤减掉一半，25车皮煤正好等于您减去的价钱。
这25车皮煤我们要了，那25车皮煤我们不要了。
”　　煤商愤怒不已，但又无可奈何。
他在高呼上当的同时，却又不得不佩服加利的聪明。
　　在这件事情中，加利既没耍无赖，又没搞骗术，他仅仅利用这个口头协议的不确定性，就气定神闲地坐在家里等人“送”来了25车皮煤。
　　这就是犹太人的赚钱高招。
　　犹太人爱钱，但从来不隐瞒自己爱钱的天性。
所以世人在指责其嗜钱如命、贪婪成性的同时，又深深折服于犹太人在钱面前的坦荡无邪。
只要认为是可行的赚钱方式，犹太人就一定要赚，赚钱天然合理，赚回钱才算真聪明。
这就是犹太人的经商智慧的高超之处。
　　作为私营公司的总经理，应该有犹太人这种“爱钱”的精神，坚持自己的信念和目标，什么都别想，好好活，好好挣钱，这就是你最大的生存智慧。
　　商训深解　　“什么是有意义？
有意义就是好好活着。
什么是好好活着？
好好活着就是做很多很多有意义的事。
”这是热播电视剧《士兵突击》的一句经典台词。
许三多的这句话是一句十分简单的“傻话”，但也是至理名言。
作为创业者，当务之急是怎么才能生存下去，而不是急功近利地想要一夜暴富，否则，就会栽大跟头。
　　中国的创业者，在半途夭折的很多，这种现象多数发生在中小企业身上。
据统计，日本90%以上新成立的企业也是在3年之内死亡的。
这个数字甚至可以映射到所有的经济发达国家。
因此，“好好活着”应该成为中国企业尤其是创业型企业的首要任务。
　　……

## 媒体关注与评论

小公司的战略只有几个字——活下来，挣钱！
——阿里巴巴集团主席/马云　　尽管每个人都有各种不同的能力，但大多数的人都不知道自己到底拥有何种优秀的能力。
想要自己开发、发展出一条路，就不应该具有跟别人一样的想法和行为。
企业的领导者。
你的任务不是去发现人才而是建立可以出人才的机制。
——海尔集团总裁，张瑞敏　　一流企业家做人不做事，二流企业家做人又做事，三流企业家不做人只做事。
——太平洋建设集团董事长/严介和

## 编辑推荐

成为顶级总经理的商业宝典，公司做大做强的必备秘籍：致力于将企业做大做强的总经理才是最伟大的总经理。

公司做大做强的超级实用手册，一读就明白，一用就见效，让经营中的所有难题迎刃而解。

中国私营公司做大做强的实战工具书。

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