

哈佛商学院最受欢迎的商业课



[哈佛商学院最受欢迎的商业课_下载链接1](#)

著者:

出版者:广东旅游

出版时间:2013-12-1

装帧:平装

isbn:9787807667063

作者介绍:

目录: 目录

第一辑 商业的核心本质是交换——《华尔街》商道解码／1 一切都是交换／3

片段解读一：巴德用消息交换机会 搜集信息赢得潜在客户／11

片段解读二：巴德收集信息与客户交换 利益可以轻松打动客户／22

片段解读三：巴德用利益交换客户第二辑

机会等待有准备的人——《当幸福来敲门》商道解码／33 机会随处可见／35

片段解读一：克里斯用交换赢得应聘 学会利用机会／48

片段解读二：克里斯用特长争取工作 不断追逐机会／59

片段解读三：克里斯用执著追求幸福第三辑

互利终将代替互助——《优势合作》商道解码／67 如何做好“空降高管”／69

片段解读一：卡特接手新收购的公司 企业要求员工互补合作／81

片段解读二：卡特不解雇老经理丹“老顽固”也能教育“新人类”／94

片段解读三：老经理丹教卡特怎样销售第四辑

用真心才能赢得客户——《甜心先生》商道解码／105 重客户数量更要关心客户／107

片段解读一：杰里建议公司减少客户被解雇 如何留住客户／120

片段解读二：杰里争取唯一的客户罗德 与客户成为朋友／132

片段解读三：杰里和罗德成为真正的朋友第五辑

会说话，得天下——《开水房》商道解码／143 销售的低门槛／145

片段解读一：赛斯别开生面的面试 顶尖销售人员是怎样炼成的／155

片段解读二：赛斯接受公司一对一系统培训 会说话得订单／168

片段解读三：赛斯学会独立签单

作者介绍

孙路弘，一个常被误认为六十多岁的“60后”。一天写1篇千字文，一周看3部电影，一个月读10本书，半年上3个月课，一年写1本书的国际空中飞人。每天至少回复一名读者的邮件。倾情与读者互动交流，推动国民的图书阅读运动。

美国培训与发展协会（ASTD）连续12年的资深会员，美国科特勒营销集团（KMG）中国区高级营销顾问，圣路可（中国）商务顾问有限公司首席顾问、讲师。从2007年起连续六年任淘宝大学营销讲师。

在过去五年间出版过《说话的力量》《大客户销售测试与成长》《说话就是生产力》《成功销售必读的24本书》，以及《汽车销售的第一本书》系列、《用脑拿订单》系列、《看电影学销售》系列、《销售沟通技巧》系列、《销售红宝书》《企业的狼羊虫：竞争中谋生存的企业文化》等书。翻译过销售、营销领域的专著8本。

文摘

善于在交换中提三个要求

交换一直在商业社会中起核心作用，我们接着要思考的问题是，秘书答应了吗？在电话里，巴德一共提出了三个要求。如果你看电影还停留在看情节上，关心的是人物发生了什么事，那么你学不到任何东西。遗憾的是，多数人去看电影都没有进行过真正深刻的思考。如果一开始你并没有看出这三个要求是什么，可以重新看一遍。

巴德一共提了三个要求：第一个要求是“娜塔莉，你愿意嫁给我吗”。第二个要求是“可以帮我接盖柯先生吗”，为了让对方同意把电话转过去，他强调自己只要五分钟时间。第三个要求是，当对方说“盖柯先生只和投资银行打交道”时，他紧接着跟进了一句，“那至少跟他说我打来过电话”。

与人交往的时候，连续提出三个要求一般会达到什么效果？

小朋友放学回家以后说：“妈妈，我发现楼上有一个马蜂窝，我想把它捅了。”妈妈想，这多危险呀，于是说：“你别管它，不能去。”孩子锲而不舍，又提出了第二个要求：“后湖那里有好多小朋友在游泳，今天天气热，我想去游泳行吗？”妈妈想，那多危险，最近媒体还报道有小孩溺水呢。于是说：“不行，太不安全了，不可以。”小朋友接着又提出了第三个要求：“那我看电视行吗？”妈妈说：“这还差不多，你还是看电

视吧。”

其实仔细思考一下妈妈的想法，她拒绝了第一个要求，拒绝了第二个要求，第三个要求连想都不想就答应了。因为相比较而言，第三个要求相对来说安全多了，而且是在家里，在她视线范围内。其实小朋友心里想的本来就是要看电视，但是他每次提出看电视的要求都被拒绝。每次问：“妈妈我看电视行吗？”妈妈都说：“那哪成啊，作业写了吗？”这次变了一个方法，先提第一个要求有危险性，第二个要求仍然有危险性，第三个要求不那么危险，妈妈很容易就答应了。

在电话推销任何产品的过程中，比如跟对方约见时，销售员说，“我能见你吗”，“我能占用你两分钟的时间，跟你讲一个全新产品吗”，对方通常不答应。销售员应该想一想，自己给了对方想要的吗？想占用别人的时间，对方却不知道你给的东西，有没有价值。交换需要设想自己拿什么有价值的东西跟对方交换，既然你希望从别人那里得到东西，那么你给了别人什么东西？

我给很多企业的销售人员做过培训，许多销售人员仅会一件事——向对方推销，推销，再推销——从来没有站在对方角度去考虑问题。当然如果对方有需要，一定要采取积极的行动。常见的情况是：提一个要求被对方拒绝了，就提不出第二个要求了，只能挂断电话说“下次再打电话”。

总结一下，从这个电影片段中你学到了什么？对别人连续提出三个以上的要求，如果都得不到想要的结果，至少可以要求“至少跟他说我打来过电话”。学会了这一点，你能够把握交换机会吗？能够主动发起一次交换吗？交换由需求决定

当你去一个陌生城市旅游，不知道怎么到达目的地，你去询问路人的时候，对方告诉你们了吗？如果对方告诉你们了，你得到想要的价值了，对方得到了什么价值？在办公室里，你忘带某种东西了，对同事说“能不能借我看一下”，如果同事借给你了，你得到价值了，同事得到了什么？如果一条街上都是卖茶叶的，你也准备开一家卖茶叶的店，设想一下，大家卖的都是同样的产品，你能为客户增加什么价值？这些价值，已经有店铺提供了吗？你能提供什么额外价值？可能你会说比他们便宜就是价值。

这里要引入另一个重要概念——价格。价格与价值有关，如果你能提供额外的价值，就不需要降价。很多商家想的只有一件事：实在不行就降价。也就是说，在价值方面没有过关。

经商的本质是交换，交换中起决定性作用的是价值。在交换中决定双方价值的是什么？你病得很严重，想得到什么价值？你想缓解痛苦，想要身体恢复健康，这就是价值。你会采取什么行动去寻找这个价值？去医院交换，要找医生。这时候，医生对你有什么价值？你希望从医生那里得到去除痛苦的方法，医生希望你从你这里得到什么？答案当然是钱。这时候谁决定价值？如果医生说“10块钱可以暂时去除痛苦，1000块钱可以永久去除痛苦”，你可能会毫不犹豫地给他1000块钱，希望能够永久去除痛苦。这时价值是由谁决定的？是医生。

但如果你病了，走进一家医院后，发现这家医院有5个医生都没事干，谁决定价值？你可以说“我出100块钱，谁愿意帮我去除痛苦？”也许马上就有人答应了，因为他们5个都闲着。

可见，是什么决定交换中彼此双方的价值，是需求。你有需求，给你看病的人也有需求。双方都有需求的情况下，人数少的一方决定价值。如果有10个病人，只有1个医生，那么医生决定价值；如果有10个医生，只有1个病人，那么病人决定价值。

在上一部分里，我们分析了影片《华尔街》中的一个片段，从这个片段中，我们可以学到一些经商要诀。电影是现实生活的一种反映，观摩现实生活，总可以得到一些启发。娱乐与学习并不冲突，我国古代就有寓教于乐的说法，当然，那是从老师的角度说的。从学习经商的角度来说，可以寓学于乐。 P7-10

序言

看电影也能学经商 这本书要介绍一个有趣的主题——看电影学经商。

从前有个人很虔诚，他问牧师：“我祷告的时候能不能抽烟？”牧师说：“你祷告的时候要虔诚，怎么可以抽烟？”这个人想了想，又问：“那以后我抽烟的时候能不能祷告？”牧师说：“那是可以的，抽烟的时候完全可以祷告。”

经商是需要学习的，没有人天生就会经商。有人可能会说，某某天生就是个经商奇才。这话并不准确，经商中有很多规律和要诀，他一定是经过大量实践，碰过很多次钉子，遇到过很多挫折，才逐渐摸索和领悟到经商的要诀。经商的时候能看电影吗？可能你会说不能，那我们模仿上面这个小故事换一个说法，看电影的时候能学习经商吗？

这本书讲的就是看电影学经商。经商有许多规律，但也有一个本质，这个本质反映出一切经商的要诀是交换。交换有两种：一种是一对一的交换，另一种是一对多的交换。人们通常拿货币去交换自己想要的商品，而商家用自己精心设计、制作、包装漂亮的商品交换自己想要的货币。

如果你想经商，想创业，请思考一下：你准备拿什么来交换？经商这门学问并不是自然存在的。人类早期是以农业文明为主的自给自足形式，一切食物都自己解决。当人们解决了温饱以后，就开始了交往，开始有了更多想法。养牛的人希望吃到土豆，种土豆的人希望吃到面包，会烤面包的人希望喝到牛奶，提供牛奶的人希望家里有一口锅……

农业文明发展到一定阶段后才开始交换。早期的交换是物物交换。后来，人们的交换中开始使用一种等价物，即货币。比如两块钱可以换来一杯饮料，用饮料就换不来其他东西了。

当然商家可以用一万瓶饮料换来两万块钱，用两万块钱换来一台笔记本电脑和一台电视机。这样他就可以通过笔记本电脑上网，通过电视机看电视节目，看节目的时候顺便学习经商。

即使在美国这样发达的国家里，也是到了1908年才开始有计划、有组织地培养商人。那一年哈佛大学成立了商学院，授予学生MBA学位，教授学生如何经商。商学院的每个学生在第一年学习中都要学400个案例，没有固定书本，一切都来源于市场实战。

商场如战场，要学习经商，哈佛大学给我们树立了榜样。除了让学生在真实案例中学习，多媒体教学模式兴起后，他们还开发了一种全新的教学模式。每个哈佛商学院的学生一年至少要看20部影片，通过看电影的形式来学经商。

其实每个人都可以尝试这种方法，在看电影的同时学习经商。

不是坐在教室里，不是坐在书桌前，不是拿笔和纸去记录，而是通过实战观察，通过对影片的感悟来学习。从这20部影片中，我们选出了5部提供给读者。

在哈佛商学院，这些影片每个学生至少要看5遍以上，看完以后还要集体讨论，说出自己的见解和评价。在交谈过程中，他们轻松掌握了经商的核心本质。这也是本书的初衷和最终目的。

店铺评价
· · · · · (收起)

[哈佛商学院最受欢迎的商业课_下载链接1](#)

标签

商业

职场

经管

管理

成长

事业

个人管理

book

评论

[哈佛商学院最受欢迎的商业课_下载链接1](#)

书评

[哈佛商学院最受欢迎的商业课_下载链接1](#)