

利润倍增



[利润倍增_下载链接1](#)

著者:(美) 鲍勃·菲费尔

出版者:湖北科学技术出版社

出版时间:2017-5-1

装帧:平装

isbn:9787535288349

本书向我们展示了提高利润的78个绝妙方法，如：先砍成本，后提问题；延迟付账；先定价，再定产品和服务；削减购买物品和服务的数量等，方法之实用，效果之明显简直让人难以置信。企业管理大师鲍勃·菲费尔为我们提供了对付供货商和竞争者的手段，以及管理员工的窍门。如果按照鲍勃·菲费尔先生所讲的去做，你就能将成本剔之至骨，将销售推向极致，从而达到最高的生产率。这样只需用6个月，就可以使你的利润翻倍！

作者介绍:

鲍勃·菲费尔（Bob Fifer）是美国著名的企业管理咨询专家。他早年喜欢数学，后在哈佛获得经济学学士学位，又在哈佛商学院完成了MBA学业，现为美国第三大管理咨询公司——Kaiser Associates, Inc.的董事会主席和首席执行官。其简单而务实的削减成本法，在过去的15年中使世界500强中的100多家企业受益。

目录: 第一部分 准备好了吗

1. 谁应该阅读本书

2. 要有盈利的决心

第二部分 创造企业文化

3. 建立公司标准

4. “最优秀”的定义

5. 关注利润天经地义

6. 要的是结果，而非过程

7. 战略性&非战略性成本

8. 不要过度关注数字

9. 不要过分授权，也不要大权独揽

10. 无限度地满足客户，你就会破产

11. 战略性VS非战略性时间

12. 制造危机感

13. 把文化变成行动

第三部分 削减成本

14. 牢牢抓住每一项成本

15. 先削减成本，后提问题

16. 建立不容商量的成本预算制

17. 让员工来问老板

18. 任何成本都不容小觑

19. 不用担心，员工会尊重你

20. 员工的适应能力远远超出你的想象

21. 从最容易的地方（供应商）着手削减成本

22. 永远不要让采购人员定价

23. 你需要有人来扮黑脸

24. 宣布冻结价格甚至降价

25. 经常比价

26. 供应商拒绝时就反复攻击之

27. 购买产品预算砍掉15%，购买服务预算砍掉30%

28. 摸清竞争对手的支付价格

29. 减少购买产品和服务的数量

30. 不要迷恋电脑

31. 盯紧研发活动

32. 削减日常开销

33. 严控办公面积

34. 你想获得员工关注吗？放弃你的办公室

35. 亲自签写所有支票

36. 严格审核你的资本性支出

37. 延迟付账

38. 净空库存

39. 如果你从未解雇过员工，你就不是一个好的企业家

40. 保持人手紧张

41. 工资设定要平衡

42. 要会调整福利

43. 永远不要定期发奖金

44. 头衔很便宜

45. 小结——员工激励法

46. 企业应急策略

47. 裁掉大多数管理人员

48. 杜绝公司人浮于事

49. 堵住外部合同的漏洞

50. 改变企业的日常习惯

51. 停止文件传送
 52. 提高会议效率
 53. 取消异地会议
 54. 缩减成本的最后一步——只要可行就反复去做
- 第四部分 增加销售额
55. 没有公司，只有人
 56. 让你的客户知道，你会为他挺身而出
 57. 达成交易的五大要素
 58. 没有人，只有人的感受
 59. 价格和推销用语要因客户而异
 60. 检讨你的销售方式
 61. 客户的嗅觉非常灵敏
 62. 销售过程是向客户展示能力的最佳机会
 63. 二次销售始于成交之时
 64. 销售是设法引起别人注意的业务
 65. 要得越多，你得到的也越多
 66. 价格——你定价太低
 67. 先定价，再定产品和服务
 68. 问客户：你愿意付多少钱
 69. 价格倾斜——捕获客户的剩余价值
 70. 关键——拿到可能的最高价格但又不失去任何客户
 71. 谈价格时保持尊严
 72. 记住——价格与成本无关
 73. 市场营销是战略性成本——无论生意好坏，营销费用都要超过竞争对手
 74. 敢于使用猎枪
 75. 投资你的销售团队——没有什么投资会比这得到更大的回报
- 第五部分 我的一点忠告
76. 要顽固不化
 77. 保持乐观的工作态度
 78. 给自己施加压力，并乐在其中
- • • • • [\(收起\)](#)

[利润倍增_下载链接1](#)

标签

管理

商业

营销理论

成本控制

管理学

202004

2020

评论

关于利润，适合非营销人员的洗脑神作，没有高大上只有真相，尤其是第三、四两章的实战经验，值得阅读和实践。

内容干货很多，有点零碎。不过也值得阅读！

1、君联资本推荐发放； 2、全是干货，简单实用；

有些道理吧，又太简单了点！

企业的唯一目标就是获取利润，以利润为目标经营企业也是对社会和对员工负责的最好方法。书中列举了一系列降低企业成本和提高销售额的技巧，在运营企业的时候如果对于取舍并不分明，可以参考此书。

特别棒 把降本这事讲的通俗易懂

要增加利润，就是开源节流，无他。本书的节流部分感觉没什么新意，基本就那几个方面，怎么减少支出、支出的是否有效等；开源部分就讲了增加销售，当然销售本身就有很多可讲的东西：技巧、心理学、态度等等，这里让我印象深刻的总结是：销售对象永远是人而不是公司、对人而言重要的是感觉而不是产品本身、定价就按市场来而不是按成本来（订完价再想办法控制成本产生差额达到利润）这3个点。推荐：略读。

2018

[利润倍增_下载链接1_](#)

书评

[利润倍增_下载链接1_](#)