

總裁策略行銷學

郭育志

www.speaker-kuo.com



1. 總裁做**思考**，總經理做管理
2. 思考第一步，是有沒有用對人？
3. **人不是資產就是負債**，要想想你用的人是資產還是負債？資產或負債以結果來判斷
4. 領導就是**選對人**
5. **找人才**的目的是來幫助你，不能幫你就是負債
6. 領導者一定是**很強硬的(tough)**，對的事情堅持**不妥協**
7. 對負債的員工兩個星期的時間改善，否則就開除
8. 比爾蓋茲的管理法就是**定期淘汰法**



8. 公私要分明，公事要公辦
9. 領導最要緊的就是先除惡
10. 聘請最優秀最合適的人，最優秀的人才是免費的，而庸才是最貴的
11. 人才要薪水高、要有歸屬感、要看得見遠景、要有晉升成長的機會、要受肯定及讚美、要有更多的權利及決策權
12. 總裁做決策的方法:都有智囊團
13. 人的眼光一定有偏差



14. 用人的時候要將標準(條件)先列出來
15. 世界首富以結果看人
16. 公司有問題，一定是老闆有問題
17. 授權不等於棄權
18. 絕對不能損失一個客戶
19. 對你要求嚴格的人才是你的朋友，對你要求不嚴格的人會害你
20. 一個老闆願意做所有的事
21. 老闆作思考、選人、監督、推銷、溝通、學習、放鬆，如果業績不好，老闆願意做所有的事情



20. 公司賺錢的關鍵是品質，品質是全方位的。品質不是監督出來的，而是做出來的

21. 要常想:

a. 我是誰?

b. 我做的事情是什麼?

c. 我專門為那些客戶服務?

d. 我幫助客戶解決那些問題?

e. 為什麼所有的客戶都要跟我做生意?

f. 跟我做生意最大的好處是什麼?

g. 我的競爭對手和我最不一樣的地方在那裡?



23. 如何挖角人才?

24. 目標決定策略



24. 總經理必須是公司的股東或是合夥人
25. 不可以登報找總經理，找**總經理要找不同行業頂尖的總經理或同行業中頂尖公司的副總經理**
26. 賺錢要比品質、比服務、比價格、比價值、比速度、比人才、比人脈、比通路、比架構
27. **公司是人才的競爭**，業績下降就是老闆出去推銷的時候
28. 要讓業績走上坡才找人才，否則找不到對的人才



29. 比爾蓋茲說:一個人絕不能掉進業績衰退的循環
30. 沒有遠慮，必有近憂。一個老闆要有一至三年的規劃
31. 一個企業的決策必須考慮的長期性，要永續經營的眼光
32. 策略規劃就事先確定自己現在的位置，然後明確自己要往那裡去，在找出最省力最快的方法達成它
33. 真正賺錢的是賣品牌，不是賣產品



- 34. 錢不夠多，就是朋友不夠多，人脈就是錢脈
- 35. 要說服人，最好的方法就是提出讓人無法抗拒的提案
- 36. 限量可以提高價格(附加價值)，如萬寶龍的筆
- 37. 比爾蓋茲的思考方法
 - A. 14天閉門
 - B. 開保時捷911到極限，然後放鬆思考



38. 比爾蓋茲的行銷法

A. 1995windos在凌晨0點開賣，造成排隊，製造新聞

B. 送英國倫敦人每人一份報紙

39. 使用的客戶名單(客戶見証)是教育客戶的方法

40. 品質是由客戶認定的，名人穿的就是名牌，要讓產品銷售量大，就得讓名人使用

41. 品牌的印象，簡稱定位



42. 知名度代表信賴感，銷售就是銷售信賴感，客戶買的就是信賴感

43. 增加消費頻率的方法

a. 賣一本折價券

44. 思考問句是最值錢的

45. 一個人的成就不會大於他的目標

46. 目標決定策略

47. 成功一定要跟別人比較

48. 永遠做的比要求的還要更好



49. 先定位，再研究客戶的需求，定位要選一塊大餅來吃
50. 定位是給客戶的印象和感覺，及你所給人的字眼，集中自己的專長在定位上
51. 行銷就是先定位，再找焦點、集中優勢在焦點上
52. 歸零的想法:如果我要重新創業，我要做什麼行業嗎?如果我要重新找員工，還會用這個人嗎?
53. 現金才是王(cash is king)
54. 有獎勵才會賣力，要以利誘之



54. 設立獎勵制度的概念

- a. 零底薪、高獎金
- b. 高底薪、沒獎金(最差的制度)
- c. 低底薪、高獎金(最好的方法)
- d. 低底薪、低獎金
- e. 低底薪、沒獎金
- f. 高底薪、高獎金(找頂尖人物的制度)
- g. 季獎勵是激勵的好方法
- h. 團體達成目標才獎勵
- i. 採取個別激勵



55. 人是環境下的產物
56. 氣遇風則散、遇水則止
57. 宇宙是有規律的，成功是可以被預期的
58. 無形的力量大於有形的力量
59. 先下手為強，後下手遭殃，一定要一馬當先
60. 只有最好才是夠好
61. 行銷是話術的問題
62. 專家才會賺錢
63. 靠口碑會成爲小富翁，靠媒體才能成爲大富翁



64. 做好產品簡介(宣傳單)地方式

a. 產品特性是什麼?按優先順序排列思考

b. 要有標題，寫出對客戶最大的好處

c. 回答下列問題:

① 爲什麼我要聽你講

② 爲什麼我要買你的產品

③ 如何證明你說的是真的

④ 競爭對手的弱點

⑤ 爲什麼現在就要購買



63. 寫傳單的要有一個主標題，一個副標題(標題就是對客戶最大的好處，副標題是次要的好處)，照片效果好
64. 行銷就是銷售結果
65. 全世界最好的行銷方法:
 - a. 定位
 - b. 焦點法則
 - c. 你的口號
 - d. 速度
 - e. 教育客戶
 - f. 一年的套裝



- g. 先收預付款
- h. 折扣戰
- i. 限量促銷
- j. 發傳單宣傳
- k. 採用電話行銷(要有腳本)
- l. 持續追蹤不放棄
- m. 轉介紹
- n. 客戶終身價值
- o. 後續產品(系列產品)



66. 任何公司必須注意的十件事
 - a. 品質
 - b. 服務
 - c. 人脈關係的建立(講關係、講交情)
 - d. 形象
 - e. 人才(挖角人才)
 - f. 行銷
 - g. 訓練(訓練不會使人成功，正確的訓練才會)
 - h. 財務管理(cash is king)
 - i. 新產品的開發
 - j. 未來的問題(未雨籌謀)



67. 公司可分為生產、行銷、及財務(兼行政)
68. 花越多時間賣產品，賺得錢越多
69. 總裁思考
 - a. 我如何提昇公司的品牌及形象
 - b. 我如何提昇公司知名度，要利用名人見證
 - c. 我如何建立更多的人脈關係
 - d. 如何讓客戶主動上門
 - e. 如何吸引人才
 - f. 如何建立更高的信賴感



70. 越多行銷方法越好，一家公司至少要用
22種方法
71. 公司增加業績的方法
 - a. 增加消費的人數
 - b. 增加消費的金額
 - c. 增加消費的頻率
72. 成功及管理都靠系統，公司沒有有問題
的公司，指有系統出問題的公司



73. 系統怎麼來

- a. 複製成功的公司
- b. 思考建立
- c. 請專家設計

74. 領導者的如何領導及激勵員工

- a. 領導者領導使命
- b. 培養團隊精神
- c. 以身作則
- d. 實施走動式管理



75. 挖角要想

- a. 對方是不是人才?
- b. 我願意付出多少代價?

76. 與人相處

- a. 將心比心
- b. 思考對方的利益
- c. 想辦法取得雙贏



77. 賺錢最重要的秘訣就是**倍增時間**
78. 行銷就是**銷售結果**
79. **要有不同的結果，必須要有不同的付出**
80. 賺錢是很容易的，只要觀念和方法正確
81. 找對球員才能贏得比賽
82. 一流的公司就有一流的人才；二流的公司就有二流的人才；三流的公司有三流的人才
83. 沒有辦法**Fire**員工的人就是無能



77. 人們會支持參予決策的活動
78. 嚴格選擇配合廠商
79. 要花錢講究品質才能賺錢
80. 對你**要求嚴格的人才是你真正的朋友**；
對你放縱的人會害你一輩子

