

<<势在必行>>

图书基本信息

书名：<<势在必行>>

13位ISBN编号：9787507529203

10位ISBN编号：7507529207

出版时间：2009-10

出版时间：华文出版社

作者：常桦

页数：220

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>

## &lt;&lt;势在必行&gt;&gt;

## 前言

势，即一切事物、力量表现出来的趋向，指自然界的现象或形势，以及政治、经济、军事或其他社会方面的状况或情势，又指势力。

势，是一种规模、一种形态、一种质的张缩、一种实力的象征，一种在精神和思维操度下的力量体现。

势，无时不在，无处不有。

无论是在自然界还是人类社会，无论是在生命的个体之中，还是在生命的群体之中，势都随手可摸、随处可见。

得势者，得生存和发展，抑或得天下；失势者，难生存和发展，抑或失天下。

无势不行，无势不稳，无势难张伸。

有势要行，有势慎行，有势要张伸。

势在必行，所面临的势对你有利与否是决定你成功的关键。

这是因为“时势造英雄”。

只有具备了成功的客观条件，你才能脱颖而出，取得事业的成功，成为世人瞩目的英雄。

势包括很多主客观因素，比如天时、地利、人和，比如天赋、恒心、毅力，但最最不可缺少的，就是一颗精明的脑袋。

但更多的时候，你所要成就事业或想做成某件事情的客观条件并不具备。

这时就需要我们开动脑筋，启发智慧，千方百计地去借势、谋势、造势、度势、蓄势以及导势，为自己创造成功所必需的环境、条件或氛围。

因为“势”在人为，只要善于谋划，精于盘算，没有条件可以创造条件，没有运气可以创造运气。

就上边提到的各种客观因素而言，英雄能够创造“时势”。

势者，实质本能也。

实实在在的做事，踏踏实实的工作，老老实实的做人，实事求是的风范，丰富而高尚的内在品质，和能产生强烈磁场效应的沉甸甸的质量，是实势的存在体现，也是造势的前提和基础。

本书涵盖了“势”的不同层面和不同发展的阶段，它从史海钩沉中借鉴古今，不仅立足军事、商战，而且广而推及到做人处事等领域。

## <<势在必行>>

### 内容概要

《势在必行》讲述了无论是在自然界还是人类社会，无论是在生命的个体之中，还是在生命的群体之中，势都随手可摸、随处可见。

得势者，得生存和发展，抑或得天下；失势者，难生存和发展，抑或失天下。

无势不行，无势不稳，无势难张伸。

有势要行，有势慎行，有势要张伸。

势在必行，所面临的势对你有利与否是决定你成功的关键。

这是因为“时势造英雄”。

只有具备了成功的客观条件，你才能脱颖而出，取得事业的成功，成为世人瞩目的英雄。

## &lt;&lt;势在必行&gt;&gt;

## 书籍目录

一、与其乘时 不如借势量身借势 巧树形象以弱附强 独步天下借鸡孵卵 反戈一击风水宝地 借势生财追逐大势 独占鳌头合理冲撞 借助名人入乡随俗 大获成功借势名人 巧于公关巧借东风 扬名显威借风起飞 搏击商海借重人气 企业腾飞借机转势 风范永驻坐等时机 有的放矢抓住战机 迅速出击借贷融资 扩大发展巧用时差 如愿以偿出手迅捷 开拓市场顺势而动 大事可成巧人之手 攻城略地假借天命 号令天下巧借东风 一日千里二、成事在天 谋势在人统筹协调 兼顾全局以变应变 拓展势力欲取先予 巧于应变慷慨解囊 抛玉引市人情至上 钓到大鱼细心观察 科学预测欲擒故纵 虚与委蛇步步为营 迈向成功乘虚而入 攻其不备精心经营 网罗势力灵活授权 抓住关键因势应变 点石成金认清形势 广种博收危机预势 化险为夷乘胜前进 因势制胜乘隙而入 抢占先机巧于设局 劣势营销见风转舵 因时而宜精于运作 谋事在人巧妙预测 商场驰骋与时适移 随物变化顺应潮流 前途无限相机而动 事半功倍借力发力 以小搏大布形谋势 全面发展逆向思维 错位竞争维护权益 砸出名气以变应变 变中求胜精心策划 切忌鲁莽三、主动出击 积极造势制造场面 动人心弦小题大做 引起轰动出奇制胜 赢得声誉抓住时机 制造声势抓住细节 大做文章树立信心 超越自己善用契机 提高声望苦心设计 诱其上钩施放迷雾 瞒天过海激怒对方 反击为主马戏战术 制造政变买一送一 出奇制胜以信为本 声誉日隆别出心裁 大获全胜笼络人才 独占鳌头捕捉商机 大显身手名人效应 凸显优势创意领先 商机无限亮出优势 赢得顾客形式多变 营造声势巧布迷阵 惑其心智逆势而为 行业洗牌不懈追求 成就明星致富有方 变废为宝慧眼如炬 发现商机张扬声势 树立形象富于想象 恋情赚钱造奇仿古 聚敛财富四、高瞻远瞩 审时度势当断不断 反受其乱权衡利弊 随机应变择木而栖 择主而事预测将来 稳操胜券让权减职 清除隐忧壮士断腕 敢于取舍雪上加霜 火上浇油顺应时势 乘势而上顺水推舟 因势利导前引后赶 边诱边压以义激之 心回意转桃李不言 下自成蹊以问导问 水到渠成五、韬光养晦 蓄势待发一鼓作气 势如破竹隐姓埋名 东山再起夹缝求生 谋求发展去急善忍 潜藏蛰伏以退为进 满足对方以屈求伸 以阴克阳韬光养晦 后发制人守柔示弱 出奇制胜调虎离山 无山不威诱敌深入 关门捉贼以逸待劳 以守为攻六、水到渠成 因势利导挖掘人才 不遗余力大胆假设 小心求证善于发现 把握命运善于用人 短也是长因地制宜 胜券在握顺水行舟 其势悠悠大处着眼 小处着手制定目标 规划未来体察下情 平民风范以德报怨 以笑制怒当机立断 顺风扬帆以逸待劳 坐收渔利适应形势 善于变化懒人发财 致富有术

## &lt;&lt;势在必行&gt;&gt;

## 章节摘录

**量身借势巧树形象** 企业家经营企业要善于借“势”，只有从自身的特点出发，了解自己的特长和弱项，有针对性地巧妙借“势”，增强自己的独特性和优势，才能取得最好的效果。

1888年，乔治·斯·派克在美国创建派克制笔公司，经过多年努力，派克研制出高质量的派克金笔，投放市场后很快受到消费者喜爱。

到20世纪20年代，派克制笔公司已在美国制笔行业中名列榜首。

派克制笔公司在最初的发展中，为了开拓和占领市场，除了不断地改进笔型设计，经常推出新品种、新款式吸引顾客以外，往往抓住重大历史事件的机会和利用重要人物的活动来扩大派克笔的影响范围，提高声誉和知名度。

1943年，正当第二次世界大战处于艰苦对峙阶段的时候，派克制笔公司赠送给盟军欧洲战区总司令艾森豪威尔将军一支派克金笔，这支笔上镶有四颗纯金制作的星，代表艾森豪威尔将军的四星上将军衔。

两年后，艾森豪威尔将军在法国用这支笔签署了第二次世界大战和约。

派克笔因此名扬四海，在世界各地深受欢迎，销量成倍增长。

到1945年，派克制笔公司已在美国14个国家设有子公司，世界上有120家经销店和专营经销商经营派克金笔。

派克制笔公司年产500万支金笔，笔芯3200万支，雇员达6800多人，成为当时世界上最大的高档金笔生产企业。

第二次世界大战结束后，派克公司仍然致力于借助重大历史事件和重要人物来提高企业和产品声誉的工作，并取得了巨大成功。

1962年2月20日，美国太空宇航员约翰·格林上校乘坐宇宙飞船成功地在太空绕地球飞行3圈。

为了纪念和庆祝人类航天史上这一重大突破，派克公司决定以“友谊七星”助推火箭的太空材料制作一支派克笔，赠给格林上校，并在笔身上刻着“美国进入太空”的字样。

当然，此举被新闻媒体报道后，派克公司和派克笔在人们心中又树起了良好的形象。

1972年2月，美国总统尼克松访华，揭开了中美关系的新篇章。

当时，尼克松总统赠给毛泽东主席的礼物是一对特制的派克笔，笔身上的用料中含有“阿波罗”宇宙飞船从月球取回的尘埃。

派克笔的名字随着新闻媒体对这次重大国际事件的报道而名扬四海，派克金笔又一次成为人们关注的焦点。

经过几十年的苦心经营，派克笔终于树立起了高档金笔的形象。

它成了人们身份和地位的象征。

许多人都以拥有一支派克笔而感到自豪。

高质量是派克制笔公司的优胜法宝，派克公司的每一次借势，都是为树立高档金笔形象服务的。借势不能偏离自身的特点去实行，一定要找到重大事件或知名人物与自身状况的结合点。

**以弱附强独步天下** 势力弱小时投靠在强势一方，在其翼护之下安全地成长，也不失为一个借势的好策略。

弱小企业在谋求生存和发展时，总要依附势力比较强大的公司，靠着大公司的名气，在市场上谋得一席之地。

20世纪50年代末，弗雷化妆品公司独占美国黑人化妆品市场。

乔治·约翰逊是这家公司一名十分出色的推销员。

乔治不甘久居人下，决定自立门户。

他以仅仅2000美元的微弱家当办起了约翰逊黑人化妆品公司。

创业之初，只有3名雇员，两间简易厂房。

约翰逊清楚地知道他刚刚创建的企业根本无力与弗雷公司竞争，因此如何打开自己产品的市场，令他头痛。

经过一段时间的思考，灵感终于有了，于是约翰逊与雇员们一起，集中资金和技术力量研制出了

## <<势在必行>>

一种粉质化妆膏。

产品有了，怎样去推销呢？

经过反复地思考，约翰逊决定采用“衬托法”推销自己的产品。

他制作了一则广告，广告中说：“当你使用弗雷公司的产品化妆以后，再擦上约翰逊的一些粉质膏，将会收到意想不到的效果。

”他的雇员对这种依附式宣传很不满意，说他不是给自己做广告，而是在替弗雷公司吹牛。

弗雷公司的人也因此嘲笑他：“你和我们公司的感情很深嘛！

要不怎么免费替我们做广告呢？

”约翰逊对此不予理睬。

他笑着对雇员们说：“就是因为他们公司的名气大，我们才这样做。

打个比方，现在几乎很少有人知道我叫约翰逊，可如果我能想办法站在美国总统身边的话，我的名字马上便会家喻户晓、人人皆知了。

推销化妆品的道理是同样的，在黑人社会中，弗雷公司的化妆品享有盛名，如果我们的产品能和它的名字一同出现，明着捧弗雷公司，实际上却抬高了我们的身价。

”这一招果然很灵，消费者很自然地接受了约翰逊的产品，市场占有率迅速扩大。

接着约翰逊又生产出一系列新产品。

这次他改变了以前的依附式宣传策略，转而开始强化宣传自己的产品，因为他已经羽翼丰满，就要展翅高飞。

经过短短几年的努力，约翰逊生产的化妆品便将弗雷公司的大部分产品挤出了化妆台。

从此，美国黑人化妆品市场成了约翰逊的独家天下。

约翰逊的商业策略，其实就是“贴身术”，实施这种策略时，一定要做得巧妙，不能引起人们的反感，否则会适得其反。

P2-4

## <<势在必行>>

### 编辑推荐

《势在必行》涵盖了“势”的不同层面和不同发展的阶段，它从史海钩沉中借鉴古今，不仅立足军事、商战，而且广而推及到做人处事等领域。

势，即一切事物、力量表现出来的趋向，指自然界的现象或形势，以及政治、经济、军事或其他社会方面的状况或情势，又指势力。

势，是一种规模、一种形态、一种质的张缩、一种实力的象征，一种在精神和思维操度下的力量体现。  
势，无时不在，无处不有。

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>