犹太人经商的12个秘诀你知道吗

犹太人经商秘诀:穷出力,富借力,善于精妙借势,方能事半功倍

一、为女人服务

犹太商法认为：要想赚钱，就必须瞄准女人。因为，男人赚钱，女人花钱——男人的兴趣根本不放在保管与使用(采购家庭物资)金钱上，而是放在赚钱上;保管与使用(采购家庭物资)都是女人的事。现实生活确实如此，不光是采购钻石、珠宝、金银、服装等饰品是女性的事，就是家庭食品、用品也大多由女性操持。所以，更多重视女性市场，为女性服务是营销人获取成功的一条重要路径。如大凡节假日举家上街，通常都是男人与小孩在择地嬉戏，而女人却不厌其烦地在挑选产品，一直挑到小孩或男人实在坚持不下去了，全家才恋恋不舍地离开。

二、为钱走四方

为钱走四方是犹太人天生的特性。他们不仅自己天马行空、四处奔忙，贩进卖出，而且还鼓励别人这么做。因为犹太人长期没有国家，这使他们生来就是世界公民;犹太商人没有固定的市场，这使他们生来就是世界商人。犹太商人声东击西、转战南北、广为联系，做成了一笔又一笔的大大小小的贸易，只要和犹太人做生意，谁都是朋友。营销也需为钱走四方，在当今全球化背景下，营销应该以全球为市场配置资源，“做四方的生意，赚取八方的钱财”。不断寻求新的市场和转移市场重心，如进军国际市场，在全球背景下寻找新的市场机会或者从竞争激烈的市场向不激烈的市场转移。

————————

三、78∶22法则

78∶22法则是一个自然法则，如服饰、餐饮、建筑、珠宝、药物等22%的行业，基本上占了约78%的生活消费，因此，犹太商人的传统经营领域大多集中在餐饮、服饰、珠宝、建筑、药物方面，尤其集中在妇女和儿童用品上了。男人挣了这个世界78%的钱，女人则消费了这个世界的78%的钱。78∶22法则在营销中普遍存在，如22%的客户创造了企业78%的利润;22%的产品是企业的核心产品等等，因此，在营销活动中，应该实施大客户营销战略，以客户价值为基础，把握重点产品和重点客户，从而提升营销的效率与效益。

四、为嘴巴服务

犹太人认为经销过程中应瞄准人们的嘴巴，做“嘴巴”生意，也就是同吃有关的生意。小而言之，犹太人主张经营蔬菜店、鱼店、酒店、杂货店、米店、点心铺及水果店等，因为做这些生意一定会赚钱。大而言之，犹太人主张开饭店、酒吧、夜总会等。犹太人甚至认为，做嘴巴的生意，连毒药在内，也会赚钱。营销也需要围绕嘴巴服务，因为吃是人类最基本的需求之一，随着消费水平的提高，消费者对吃也在与时俱进，消费者不满的地方就存在需求，只有满足大众基本需求的产品才具有巨大的发展空间。

五、用脑去赚钱

只有赚钱的智慧才是真智慧。犹太人认为赚钱是天经地义、最自然不过的事，如果能赚到的钱不赚，那简直就是对钱犯了罪，要遭上帝惩罚，犹太商人赚钱强调以智取胜，用脑去赚钱，因为智慧是能赚到钱的智慧，也就是说，能赚钱方为真智慧。这样一来，金钱成了智慧的尺度，智慧只有化入金钱中，才是活的智慧，钱只有化入智慧之后，才是活的钱;活的钱和活的智慧难分。营销也需要用脑去思考，分析消费者消费行为，如消费者的怀旧情结;消费者渴望不朽;消费者的权力支配欲望、消费者的好奇、恐惧、不安心理等等，需要关注消费者的情感需要，关注营销利益相关者，如影响者、决策者、使用者等等;使消费者的价值确认;满足消费者的自尊;使消费者创造性的释放等等;需要不断创新，无论是产品、价格、渠道还是促销，创新都是必然，如发现市场机会、引导和创造市场需求;优化渠道组合，寻找战略终端等等。

六、节流更需开源

财富是赚来的，而不是靠省吃俭用积攒起来的。立足于赚，是犹太商人不可动摇的信念。营销活动的高回报需要高投入，开源是根本。如维系客户的同时去开拓新的客户;进行有影响力的传播;通过事件策划来提升品牌知名度和美誉度等等，当然，也需要节流，在营销活动过程中，强调效率和效益，一方面要制止浪费，另一方面要打造“营销生态系统”和“和谐营销”。

————————

七、惜时如金

犹太人经商格言中，有一句叫“勿盗窃时间”。这句格言，既是关于赚钱的格言，又是犹太人经商礼貌的格言。所谓“勿盗窃时间”，是告诉犹太人不得妨碍他人的一分一秒时间。在犹太人看来，时间就是生活，时间就是生命，时间还是金钱。犹太人信奉“时间就是金钱”的信条。犹太人重视时间，它的另一层意义是抓紧一分一秒可以抢占商机。在当今竞争日趋激烈的环境下，“快鱼吃慢鱼”，因此，营销活动需要快速反馈，争取竞争的主动权，以变制变，不断动态调整。

八、靠信息抢占先机

商场是个机会均等的地方，在相同的条件之下，谁能捷足先登，抢占先机，先发制人，那么谁就能稳操胜券了。在营销活动中，同样需要不断分析市场资讯，靠信息抢占先机，快速制胜，如需要对宏观环境(如政策、法律、自然、科技、政治等)的分析，需要获取竞争情报，需要快速出击把握市场机会，需要对竞争者分析和消费者分析，获取相应的资讯，从而快速行动，抢占先机。

九、诚信是根本

犹太人在经商中最注重“契约”。在全世界商界中，犹太商人的重信守约是有口皆碑的。犹太人一经签订契约，不论发生任何问题，决不毁约。他们认为“契约”是上帝的约定，犹太人由于普遍重信守约，相互之间做生意时经常连合同也不需要。口头的允诺也有足够的约束力，因为“神听得见”。犹太人信守合约几乎可以达到令人吃惊的地步。

在做生意时，犹太人从来都是丝毫不让、分厘必赚，但若是在契约面前，他们纵使吃大亏，也要绝对遵守。犹太人从来都不毁约，但他们却常常在不改变契约的前提下，巧妙地变通契约，为自己所用。因为在商场上，在犹太人看来关键问题不在于道德不道德，而在于合法不合法。在营销活动中，同样需要诚信营销，遵守游戏规则，与营销利益相关者建立互信的合作伙伴关系，用真诚去打动顾客，以诚信为根本。

十、善于整合资源

正如犹太经济学家威廉立格逊所说，一切都是可以靠借的，可以借资金、借人才、借技术、借智慧。这个世界已经准备好了一切你所需要的资源，你所要做的仅仅是把他们收集起来，运用智慧把他们有机的组合起来。营销活动同样需要整合资源，无论是营销传播还是价值链管理，均需要整合资源和“借势”，如事件策划需要借势，品牌打造需要借势，终端促销需要借势，营销传播需要整合资源等等。

————————

十一、站得高才能望得远

犹太人认为经销应该“尽量多看几步”，你能够想到的未来发展情况有多远，那你的成功就有多远。“脚不能到达得，眼要到达;眼不能到达得，心要到达”，营销同样需要战略眼光，避免“营销近视症”，无论是渠道选择还是终端的设计与排列，均需要战略思维，结合企业得发展阶段和行业发展趋势，领先半步，才能引导和创造市场需求。

十二、谈判创造价值

一个在犹太人中广为流传的经典故事是这样的：有人把一个橙子给了两个孩子，于是，这两个孩子便为了如何分这个橙子而争执起来，此时那个人就提出一个建议：由一个孩子负责切橙子，而另一个孩子先选橙子。结果，两个孩子各自取了一半橙子，高高兴兴回家了。第一个孩子回到家，就把果肉挖出扔掉，橙子皮留下来磨碎，混在面粉里烤蛋糕吃;另一个孩子把果肉放到榨汁机上打果汁喝，把皮剥掉扔进垃圾桶。

从上面的情形我们可以看出，虽然两个孩子各自拿到了看似公平的一半，可是他们的东西却没有物尽其用，没有得到最大的利益。这说明，他们在事先没有声明各自的利益所在，没有进行沟通与谈判，从而导致了盲目追求形式上和立场上的公平，结果双方的利益并未在谈判中达到最大化。营销活动中要面临许多谈判，在谈判过程中，应该加强沟通，通过沟通创造价值，达到“双赢”的结局。如通过与消费者的沟通从而明确其核心价值点所在;通过加强与外界的沟通和谈判从而树立良好的形象;通过加强内部的沟通和谈判从而塑造良好的氛围等等，沟通从心开始，谈判创造价值。

总之，犹太人的商规需要去分析和洞察，其思维方式与营销活动紧密联系。正如美国人所说：“智慧在中国人的脑袋里，金钱在犹太人的口袋里。”因为营销的关键是将客户的钱从他的口袋转移出来袋，将产品和企业的思想装进客户头脑;不仅要找出你的客户和接触你的客户，还要说服你的客户和服务好你的客户;不仅要“借势”，还应“攻心”，从而全方位地创造良好的顾客感受，使顾客感动和联想，进而激发其购买欲望。

而女人若是自己或是与女伴一道，则会一家商场又一家商场地挑选产品，往往一逛就是半天甚至是一天，然后才心满意足地打道回府。为女性服务需要掌握女性市场的特点，如她们对生活的态度是积极的，对自己的生活方式非常自信;勇于尝试不同方式，享受全方位的乐趣;对从媒体特别是电视上获得的信息反应异常敏捷，获得了新鲜的信息和知识之后便立刻跃跃欲试;如果一条营销信息获得了女性的认同，那么它将很容易成为一种时尚等等。因此，营销人员应该了解女性的消费动向，紧跟女性的见异思迁，适应女性的时尚情结，满足女性的消费偏好，投好女性的爱美追求，打造产品的新潮卖点，全心全意为女性服务。