

Jack 是一位很年轻的企业家，2009年他被列入澳洲发展最快的、30岁以下年龄组的前30名排行榜，并获得了澳洲媒体的“白手起家”奖。他带领6名员工，与25位大公司管理咨询师合作组成一个团队，为各大公司提供管理咨询服务，业务规模小至100万澳元，大至2000万澳元，并管理着2.5亿澳元的资本融资业务。

今天晚上我们参加了他在达令港国际会议中心对上千名管理专业人士进行的演讲，觉得很精彩，**Stacey** 将内容大致整理如下，与大家分享。

如何让你的企业越来越壮大

19岁那年，从大学校门走出来，我想真正的学习现在开始了。我参与的第一个公司一共只有三个人，我的搭档每见到一个新的客户首先想到的是：在这个人身上我能够赚到多少钱？结果那个公司很快就失败了。我一直在想，除了赚钱，一定还有别的东西，一定还有别的东西。我总结失败的教训是：一、我们没有建立与别人真诚的关系。二、我们只顾着在顾客身上赚钱。

此后，我想如何才能在我周围的人群中建立起一种可信、真诚的关系（原话是**Trusted genuine relationship**）我们应该考虑：

1. 了解别人需要什么；
2. 给予人们他们需要的；
3. 持续地给予别人需要的。

下面举三个真实的例子。

我非常希望合作的一个教育家一心想做慈善事业，帮助南美贫穷国家的孩子上学。那天我和他同在一个会议室。我有心要和他建立关系。我对他说：“我很想跟您谈谈。”他“喔”了一下，又继续听发言人讲话。我回到座位上后，又想应该用什么办法可以和他搭上话。我又尝试了第二次，但他依然没有答理我。我又绕回座位后，心想，这个人满心想搞慈善事业，想改变这里的文化风气，我有什么可以帮助他？然后，我想起了自己从事的网络媒体。我再一次坐到他身边，说：“我有2000家媒体联系的资料，他们可以帮助你推广你的慈善事业。”他一听，眼睛发亮了。他对我说：**Jack**，别走，等着我。他马上起来给我拿了名片，并约我见面。我帮他联系了很多家媒体，每个星

期我都会给他写电子邮件，告诉他要准备采访，让他看我帮他在网站和媒体等刊登的有关他的故事。接下来，我一直利用很多机会跟进与他的联系。到了第四个月，他请我到他家去，说他给我买好了跟他一起去南美办学校的机票。终于，他邀请我和他一起共事，我的愿望实现了！

第二个故事是我看到在墨尔本有一个很成功的企业家罗伯特，我很想同他合作。我给他写电子邮件说我愿意给他免费干活。他回信说我在墨尔本，而你在悉尼，但如果你愿意，那就来吧。这里有一个职位需要人。我去了。他们当时是在办一个讲座，罗伯特需要的只是一个站在门口欢迎客人的人。这当然不是我想做的。但这是罗伯特当时的需要。我就做了。我给每一个来的客人温暖的微笑，热诚的使他们感到宾至如归。之后罗伯特给了我一个销售员的职位。这也不是我想做的。但这是他的需要。我非常用心的做好销售，并连创佳绩。直到一天罗伯特跟我说我们现在想在悉尼开分公司了，你将在那里被任命为总裁。罗伯特把他所有的生意关系全部都交给我了。

第三个故事是我要帮助纽省政府**September Businesses Month** 办一个企业讲座。我问他们一般他们能有多少人参加？回答是**40到50人**。我说让我们办一个能够吸引**300人**的。他们都反对，说他们最成功的讲座也只有**120人**参加。我说：“活动越大越能办好，才能够吸引媒体、客人，才有可能拿到赞助**Sponsorship**”。他们全都反对，担心根本卖不出这么多张票。在活动前**7周**，我还没有网站；前**6周**，我有了一个网站；前**5周**，我联系到了一些有名的、老资格的赞助商。我做市场广告的预算是零，除了网站，我什么都没有。但我精心的选定了一些规模大，下面有大量企业客户网络的赞助商，如纽省政府、**ANZ**银行、**THINK BIG**等，利用他们的网络给他们的企业客户发电邮：我们支持这个讲座，你在这个网络上可以买到入场票。就这样**12000**份电邮发出去了。在讲座前一周，我们不得不关闭网站，因为我们已经有**500人**报名要参加我们的讲座，到讲座那天，还有**100人**在我们的等候名单上。

要做好成功的生意，你要与以下三类企业建立起**战略合作关系 (strategic alliance)**:

1. Who else services my target market that I could create a synergistic relationship?

哪些企业的目标市场和我是相同的？例如麦当劳卖给小孩子的 快乐套餐（Happy Meal），就同时搭配迪斯尼的玩具；

2. What do my client need before they come to me?

在我的客户使用我的服务之前，他们都需要一些什么服务？比如，买房的人在作房子检查之前需要见律师。（神韵的观众在来看演出前，需要什么？吃饭？停车？坐火车？）

3. Where do my clients go after they come to me?

客户使用了我的服务之后他们还要什么服务？比如，卖了新车的人下一步是找保险公司，那我跟保险公司打好交道，可能他们会将一串他们的客人名单给我。（神韵的观众在看完演出后，需要什么？）

这些是那种能够帮助其它企业发展壮大的关系。你要对和自己相关的企业有了解，并想到你可以给他们带来什么好处。

另外他给了一个小秘诀：如果你给人发邮件，要在星期二早晨10点前发出。这个时间对方阅读的可能性最大。

在另一位演讲人处还听到一句话：许多年之后，你会忘记那个人说过什么、做过什么，但你永远不会忘记那人带给你的感觉。**You'll forget what he said, what he did, but never forget how he made you feel.** 神韵带给人的感觉，永远都不会忘记。可供推票时参考。