* 1
* 商人就是靠对信息的判断来预测未来的人
* 2
* 用身边的信息找到资源满足需求，整合资源和信息的合作就是—赚钱。也就是满足需求
* 3
* 公司内部各个岗位很难换位思考，要完成换位思考必须依靠工作方法和守则
* 4
* 公司愿景要讲，具体工作不能靠愿景
* 5
* 一个高效的组织
* 一套整合的战略措施。二、良好的组织架构。
* 三、有效的激励机制。四、严格的品牌和形象管理。
* 6最好开的店是远离经济、政治集中的地方。而要开在适合居住的地方，人们都能安心生活的地方。
* 7企业文化建立任重而道远。
* 8赚钱做生意可以提供大商人物品的原料。
* 9时机对物品的需求是不一样的，如：国庆、大得政策下对特定的物品将是很好的销路。
* 10、怎么做店面管理和支援？
* 1， 设定流程，简洁明了。2，让完成事情所需的物品和资料等支援随手可取。
* 3不能根据环境选择事情，要根据顺序学习安排。
* 11、开店做生意 ：是了解区域需求，然后满足用上，诚信做长久生意然后做口碑扩大 规模，影响解决更多需求而至品牌。
* 12、做事情始终是一个人的事情，也就是自己的事情。虽然有人参与但是别人只是在做自己的事情。
* 13、要顾及周围人的感受，但不要顾及他们的看法，专心做自己的事情。
* 要用员工听得懂的语言和他们沟通。
* 14、在工作中学习，就是在工作的过程学习，是一件辛苦的事情，若是爱他便享受其中。
* 15、文化程度低得人管理方式要简单直接才有有效，使用封闭式的提问，封闭式的指挥明了简单，目的明确。
* 执行力=把想法变成现实的唯一路径=逻辑 简单！+清晰！+时间安排+事物安排顺序合理-任何干扰
* 现行企业改革的焦点主要是解决一线员工和顾客（客户）的摩擦和矛盾注重的是客户体验。
* 领导者只能前进，他是追随者期望和价值希望所在。他在即希望在，是带领所有人往期望的方向努力。如果身为领导不能带来希望和期望价值就会被背叛和取代。领导者即是所有价值所在也被所有人价值所束缚。我之意志即是众人之意志，众人之意志即是我价值之所在
* 薪水买的是员工的行为而不是时间
* 一个地方好不好就去看流动性，人们都愿意去的地方往往这个地方不错，反之亦然。
* 这个道理并不是用来说明这个地方好坏而是用来验证采用的策略是否好坏。
* 信仰，平等这些事情成为企业文化是不能拿出来讲的这是一种氛围，一种潜在准则是一种如同空气一样自然无处不再也不能缺少的东西。 但是需要制度去保障它存在的威严性。
* 要在制度就说明和完善企业内的每个人能上能下，以成绩论才能定职位
* 基层员工有问题肯定是基层领导有问题，基层领导不知！肯定是直接领导层有问题
* 企业改变的方向就是消费者的心理习惯和想法。搜集和接受消费者的信息反馈是必将一个企业最基本的能力。企业即使看起来也确实没有做错什么，也是要去改变的更适应市场
* 店面要开在繁华的地方，要人来人往。最好有优秀的人可以光顾
* 凡事嘴上协商的出来，描述的都必须写进合同
* 基本工作的流程，必须在日常工作过程建立起来、并完善接手新的项目、工作、事物时大量的讨论可以快速的增加认识梳理出方向。
* 工作绩效考核必须依据有效方法、奖罚有项有据制度明确、清晰易懂、便于执行、可反馈
* 1、
* 广告的基本概念广而告知：问题一 告诉别人是什么。问题二，这个东西怎么用？三、注意什么！四、不能用怎么处理。五，为什么是这个价格。六，时间特性好处。
* 广告的作用就是让人们了解我们，了解产品
* 包装的目的是让人们认为我们展示的样子就是我们希望他们认为我们的样子。
* 要与不认识的人一起有效合作，就要不断的让他们参与到同一件事情上来