



没有空洞的道理
也不追求理念出奇
案例就发生在你的身边
能看得见也能摸得着
其中的方法和技巧
不一定有依据
关键是管用

这么做 你也有能力

2

童五一 张丽华 / 著

核心技能

太白文艺出版社

企业人
务实必备
工具书

Target
Online

目标商学院
5151V.COM

实战教程

这么做 你也有能力 **2** 核心技能

童五一 张丽华 著

ZheMeZuo
NiYeYouNengLi
HeXinJiNeng

太白文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

核心技能/童五一,张丽华著. —西安:太白文艺出版社,
2008.7

(这么做,你也有能力;2)

ISBN 978-7-80680-619-7

I.核… II.①童…②张… III.成功心理学-通俗读物
IV.B848.4-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第106589号

这么做·你也有能力

作 者 童五一 张丽华

责任编辑 王大伟 李 丹

封面设计 吴照东

版式设计 吴照东

出版发行 太白文艺出版社

(西安北大街147号 710003)

E-mail: tbyx802@163.com

tbwyzbb@163.com

经 销 新华书店

印 刷 西安建业印务有限公司

开 本 880毫米×1230毫米 1/32

字 数 400千字

印 张 24

版 次 2008年9月第1版 2008年9月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-80680-619-7

定 价 79.20元

版权所有 翻印必究

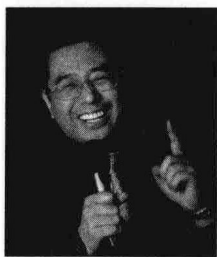
如有印装质量问题,可寄印刷公司质量科对换

邮政编码 710032

智者言

适合才是最好 管用才是硬道理

郭梓林 北京大学企业与文化研究所常务副所长



几年前，我在我的一本随笔——《潜海·观潮》的扉页上写道“一切说都是为了不说……”，为什么说到最后，就不说了呢？

一是，想说的都说过了，不再有什么新的东西好说的了；

二是，发现自己说的，早已经被先人说过不止一万遍，所有的说，不过是在重复而已；

三是，说了也没有用，一个人的“说”，对别人的影响是极其有限的，不要说别的人，就是你最亲近的儿子，他又能听进你的多少“说”呢；

四是，知道的都说了，不过就那么一点点儿，而说着说着，你最终会发现自己什么都不知道，难怪苏格拉底说“我只知道我并不知道”；

五是，大道至简，要言不烦，这个世界原本就没什么可多说的，“真传一句话，假传万卷书。”说多了，难免废话连篇……

这个世界就是这样：许多道理“三岁孩童都知道，八十老翁做不到”，所以，尽管我自知关于“说”的道理，却还在不停地“说”，不仅用键盘在博客上说，还不停地把这些“说”变成纸上的说，甚至常常受邀请亲自登上讲坛，用嘴直说（几年下来，居然还达到了盯着听众的眼，不用讲稿口若悬河，说两天半的“水平”），可谓明知故犯，不可救药！为什么会这样呢？

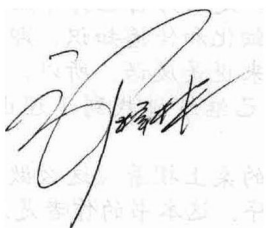
究其原因，是因为自己身不由己地置身于市场，而分工的市场需要有一批人来细化和传播知识，即使某些知识对一部分人是知道，而对另一部分人来说是废话。所以，我才以接受分工（一个很俗很俗）的名义，为自己继续说找到了理由——人是为理由才活着，才忙碌的。

此刻，我的桌上摆着《这么做》一沓书稿。受朋友之托，让我为这本书写一篇序。这本书的作者是几位在数家国际、国内知名企业工

作过的职业经理人，难能可贵的是，他们在紧张的工作之余还能挤出时间，把他们的工作经验和教训整理成一个个的小故事，为在职场的人们提供生动鲜活的知识。这让我动心了。就这样，我把这件事应承下来了。因为这个“说”是放在人家“说”前面的“说”，所以我不敢偷懒，我必须诚实地告诉读者的是：我认真地读过这本书。总的感觉是，这是一本企业人员训练用书，行文流畅，可读性强。书中少有那么说教和冗长的阐释，也没有迎合和卖弄当今所谓最前沿的管理思想，更没有尾随那些玄而又玄让人眼花缭乱的各种理论，而是从现实的职场情景入手，用一个个生动的故事，来说明相对应的做人做事的道理。故事写得比较生动活泼，能够引起人们的不同思考，并且让人可以根据自己的经历和阅历去感悟：在应对工作中的具体问题时，究竟应该如何去想、如何去做。尽管书中的某些论述所代表的观点未必就千真万确，放之四海而皆准，但作者要说的道理，其实是明白易懂的，所谓“仁者见仁，智者见智”。因此，这本书是有实用价值的书，而且让人读起来不累。

依我的经验：如果一个人参加工作之后，对于这本书上所说的一些做人做事的基本道理和方法还不知道，可能下一步的发展就有问题了。从这个意义上说，那些已经工作了但还未领悟的职员，如果能提前遇上这本书，的确是一个缘分，它很可能能让你少走一些弯路，早早地想清楚一些成长的道理。我所做的上述判断，自然包括以下含义：这本书是企业的人力资源部门送给职员的一份很有意义的礼物。因为，不管什么理论，什么战略，什么模式，什么方法，对于企业中的管理者和普通员工来说，管用的才是最好的，而那些管用的东西，往往藏在一些生动的故事中，故事中的道理往往容易接受和记忆。

当故事书来读吧，这本书想说的做人做事的道理和方法都在故事中了。



智者言

比起高深教科书 它对企业更有帮助

一个人的学习是没有止境，也没有时间、没有地点的。但社会这个大学就是需要你学习，一直到你70、80岁，要离开这个世界为止，每一天你都在学习，每一天你都想有新的知识，每一天会出现新的情况。

我们还是坚信一点，这世界上只要有梦想，只要不断努力，只要不断学习，不管你长得如何，不管是这样，还是那样，男人的长相往往和他的才华成反比。

阿里巴巴CEO 马云

蒙牛企业文化里有句话：“培训是最大的福利。”

在企业里，培训其实是最性命攸关的大事。

美国、中国也是一样的。巴顿将军之所以打胜仗，其实是培训出来的。我给员工推荐的片子《亮剑》也是这样。李云龙正在开会，一个营长报告说：我们的一个战士在训练时，肋骨被木头枪捅坏了。李云龙说：好！其他人不明白，说怎么伤了战士还说“好”？李云龙说：教场上不捅伤，战场上就会被捅死。这就是培训，平时不受伤，战时不保命。培训就是这么重要。

蒙牛集团董事长 牛根生

编者序

为什么编这套书

因为工作关系，接触到很多老板，大多会有3个问题，一个是缺人才，一个是愁销售，还有一个是缺钱。

其实是一个问题，就是缺人才。

有了人才，什么都不会缺，都不会愁。

人才在哪里？

企业都想得很好：直接找一个，拿来就能用就能胜任的。

凭什么？就因为你付的薪水高？或者你老板长得帅？

其实，人才都是培养出来的。

企业中的大多数人才，都必须是企业自己一步一步培养的。

从普通工作人员，到成为部门主管，到总监，到总经理，直到成为集团总裁。

问题是：要胜任任何一个岗位，都会遇到很多问题，都要掌握一些技能，可是哪里能提供答案？哪里能教这些东西呢？

问上级？怕他认为我不合格。而且上级也不一定就会啊！

上学去？没有专门的课。有的话也太笼统，针对性不强。

问专家？讲得太专业太理论。

《目标商学院内参》就是试图给大家提供这方面的帮助。



当然，既然是内参，就是可以争论的，因为大多是个人的过往的经验和方法。整理出来只是希望给大家一个借鉴，当你遇到同样的问题时，不妨作为一个参考答案，用一下试试。

在写法上，我们尽量追求实用，尽量写得让大家一看就能明白，就能用。

当然，最实用的东西必然最简单，因为简单，所以好用。但关键在用，光看不用没有作用。

最后，必须要鼓吹一下的是，企业的核心工具之一：每日行动计划。这是企业进行管理和个人进行自我管理、实现目标的最好工具。希望大家务必使用。太有用了，这是我们的真心话。

对了，再发个求援声明：如果您在工作中，就某一个问题，有好的经验、方法或案例，敬请给我们来信，如合适，我们将会结集出版。

Email: tongwuyi@yahoo.com.cn.

童五一

2008年2月28日

目标商学院实战教程系列工具
编委会

主编



童五一

职业经理人，目标实现学的研究者与实践者。
现任美松国际企业集团总裁、目标机构董事长、美国联邦制药中国区营销总监。
《目标商学院实战教程》主编、《中国企业案例》主编。

编委



张丽华

策划专家。曾任雀巢、康公、汉和、利邦、现职嘉华学院。《目标商学院实战教程》编委。



王冰

职业经理人，策划专家。历任策划专员、部门经理、市场总监、策划与事业总监、副总经理、编等职。现供职于天津金元宝集团。



张德锋

策划专家。十多年营销策划实战经验，历任国内知名药厂广告公司、制药企业策划总监。



宋朝东

职业经理人，管理专家。历任多家营销总监、总朝东集团。现职朝东集团。现职朝东集团。



张建挺

营销专家。历任国内知名企业销售总监、培训总监、项目总监。现供职东亚医讯公司。



程钦文

职业经理人，营销专家。曾任TCL、AOBO美东生物、双龙药业，历任省区经理、策划部部长、市场总监等职。现任瓦唐传媒副总裁。



张人元

职业经理人，营销专家。历任多家营销总监、总朝东集团。现职朝东集团。现职朝东集团。



陈志良

职业经理人，记者。历任国内知名报社、杂志社、投资公司、主编、项目总监。现供职于志社。



姜建生

职业经理人，记者。历任国内知名报社、杂志社、投资公司、主编、项目总监。现供职于志社。



许竞友

营销专家。目标实现学终身实践者。历任国内知名企业销售总监、培训总监、总经理。现职目标(西安)营销目标传媒总经理。目标建设运营总监。



李长江

职业经理人，项目策划师。历任报社、副社长、副主编。现任唐线总经理。



周宏斌

职业经理人，营销专家。历任多家企业营销顾问，现任目标(西安)营销传媒副总、美标印刷包装设计联盟执行总监。

目 录

第十一讲：什么是成功人的核心习惯

1 成功的核心习惯就是分解目标

2 很多人之所以坚持不下去，就是因为不会分解目标

3 很多人之所以老失败，就是因为他没有“分解目标”这个习惯，而且分解的方法也是错误的

爱变卦的吴茗（坚持是培养核心习惯的基础）——017

需要人管的马志伟（方法是应用核心习惯的重点）——019

软银老板孙正义（目标分解是核心习惯的精髓）——021

传媒大腕江南春（完成小目标是核心习惯的基石）——023

阿里巴巴的马云（有目标规划是核心习惯的前提）——025

于淼写文案（不会分解工作目标的表现）——027

刘连久设计包装（被动分解工作目标的表现）——029

李晓霞定印刷厂（善于分解工作目标的表现）——030

有了成功就有了信心（易于实现的小目标最能激发信心和斗志）——031

第十二讲：如何养成成功的核心习惯

1 什么样的目标需要分解

2 目标应该分解到什么程度

3 分解目标的大原则是什么

4 分解目标的三个方法

5 分解目标的绝招

许德利怎么弄来2000万（对大目标首先要做的就是分解）——037

马拉松冠军靠智慧取胜（目标分解到你能够做到就完成了）——039

孙熙阻止儿子玩游戏（分解目标需要找对路子）——041

陈玉不明白问题在哪里（分解目标需要对症下药）——042

爱迪生搞发明的办法（排除法是分解目标的第一个方法）——044

两份不一样的计划（盖楼法是分解目标的第二个方法）——046

十个月咋能存10万——048

成为总裁的规划之路——050

客商不进货的问题在哪里（复制法是分解目标的第三个方法）	——052
客人不消费怎么办呢（复制法的集中运用表现）	——053
一年让2万变40万（合作法是分解目标的另一种做法）	——056
老罗开演出公司（用合作法分解目标的另一类表现形式）	——057
基辛格也要拉关系（分解目标的典范型绝招）	——058

第十三讲：什么是成功者的核心思维方式

1 所有成功者的核心思维方式都是一个：“永不停止寻找更好答案”	
2 你不仅要找到答案，而且不停止地寻找更好的答案	
3 寻找更好答案的方法和技巧	
李嘉诚的思维方式（做就做最好是成功者核心思维方式的一个特点）	——065
Google专注搜索（做就做最好的集中应用和表现）	——067
比尔·盖茨不要第二（永无止境是成功者核心思维方式的另一个特点）	——069
落荒的娱乐王子（放弃永无止境也就放弃了核心思维方式）	——070
戴萌比别人强的原因（用心专注是维系和提高核心思维方式的方法）	——072
修改28次的方案（提升核心思维方式需要磨砺）	——074

第十四讲：如何拥有成功者的核心思维方式

1 如果你是个普通员工，你应该怎么思维呢？	
2 如果你是个销售人员，你应该怎么思维呢？	
3 如果你是个主管，你又应该怎么思维呢？	
前台接待的升职技巧（做好本职是普通员工打造核心思维方式第一关）	——081
马大姐连年都是标兵（做足本职是普通员工打造核心思维方式的第二关）	——083
提拔高泉的理由（做好做足本职工作的对比表现）	——084
阻止客户砍价的技巧（多想办法维护收益是销售人员练就核心思维方式的通路）	——086
吹毛求疵的上级（引领下属做好做足工作是主管培养核心思维方式的渠道）	——088
外企高管在民企呆不住（能否适合是主管培养核心思维方式需要逾越的坎）	——089

第十五讲：什么是成功的核心技巧

- 1 成功的核心技巧就是用好自己的优点
- 2 什么叫“用好自己的优点”
- 3 “用好自己的优点”的四个含义
- 4 “用好自己的优点”的一个大技巧
 - 是谁发现了大仲马？（成功的核心技巧的第一个含义是任何人都有优点） ——095
 - 没人搭理的喜剧大师（先知先觉是发现自己优点的主要途径） ——097
 - 接触后还是要用他（仔细察觉是发现别人优点的最好通路） ——098
 - 从哑女到神童（成功的核心技巧的第二个含义是优点随缺点而生） ——100
 - 致命缺点帮他成功（善于利用缺点成为优点的表现） ——101
 - 笨人的机会（善于转化缺点成为优点的表现） ——102
 - 帮别人帮不了自己（成功的核心技巧的第三个含义是有优点要用并用好） ——103
 - 总有一个岗位适合她！（能适合优点展现是用好优点的关键） ——104
 - 母狮的训练方法（成功的核心技巧的第四个含义是优点需要不断强化） ——105
 - 刘备的用人之道（善于整合别人优点并利用是最大的成功核心技巧） ——107

第十六讲：如何掌握成功的核心技巧

- 1 找到自己优点的三个方法
- 2 找到自己优点的绝招
- 3 如何使用自己的优点？
- 4 如何用好别人的优点？
 - 300个词里就找了1个词（在词典褒义词里找是找到自己优点的第一个方法） ——113
 - 21岁成为作家（聚合5个朋友说你好处是找到自己优点的第二个方法） ——115
 - 无业游民变大股东（分别找5个朋友说你不足是找到自己优点的第三个方法） ——118
 - 月薪万元的打工妹（找自己优点的绝招是做好三步） ——119
 - 不想辞职了（用好优点的第一步是找到自己最大的优点） ——121
 - 小摄影一年赚到100万（用好优点的第二步是按最大优点规划好事业方向） ——123
 - 不忘了给自己充电的人（用好优点的第三步是工作中强化自己的优点） ——124
 - 第九次微笑（将最大优点发挥到极致的表现） ——125

帮他就是帮自己（帮助别人是用好别人优点的一种方法）

——128

第十七讲：如何挖掘你的核心潜能

1 什么是潜能？

2 如何让潜能发挥出来

3 挖掘自己核心潜能的办法就是：找到你准备干一辈子的事情

4 两个方法帮你找到你准备干一辈子的事情

瘫痪20年离奇站起来（潜在在每个人的身上都存在）

——135

总统应该干什么？（该干什么和想干什么发挥好核心潜能的不同思维方法）

——137

王佳芬应该干什么？（责任决定了你应该干什么）

——139

齐铭的木材厂与餐厅（责任也决定了你应该放弃什么）

——140

喜欢挪窝的李绍唐（兴趣促成了你想干什么）

——141

别相信保险吗？（兴趣也促成了你会离开什么）

——143

名牌硕士做网络媒婆（找一辈子要干的事是挖掘核心潜能的唯一办法）

——144

被辞18次的名主持人（挖掘自己核心潜力的典型表现）

——145

第十八讲：实现目标的核心工具是什么

1 实现目标的核心工具是“每日行动计划”

2 什么是“每日行动计划”？

3 什么是“做正确的事”？

4 什么是“正确地做事”？

42年的巴黎梦（实现目标必须要有可行的计划）

——153

一天做15件事也没用（每月计划是制定每日计划的基础）

——156

只抓重点的怪上司（执行每日行动计划定要遵循重要在先的原则）

——157

难完成的事就这样完成了（执行每日行动计划必须保证每天计划的完成）

——158

一份总结用时15天（执行每日行动计划必须要求事后作总结）

——160

一份总经理的《每日行动计划》（每日行动计划在执行中的表现）

——162

第十九讲：什么是领袖的核心素质

- 1 领袖的核心素质就是“从我做起”
- 2 什么叫“从我做起”？
- 3 做领头羊，不做牧羊犬
- 4 为什么要“自己先来”？
 - 爱摆架子的老贾（领袖的核心素质就是从自身做起）——169
 - 从我做起的毛泽东（从自身做起要体现在所有事情当中）——171
 - 张瑞敏批评下属（从自身做起要体现在领导先带头）——172
 - 威望最高的小主管（领袖核心素质应用在工作中的表现）——173
 - 为挽救公司的前前后后（把握可行性是领导先做的一个目的）——175
 - 领导都做了还能说啥（有效地推动是领导先做的另一个目的）——177

第二十讲：如何拥有领袖的核心素质

- 1 把握“三个先”
- 2 遇到困难怎么做？
- 3 需要检讨怎么做？
- 4 需要挨批怎么做？
- 5 取得成绩怎么做？
 - 被炒鱿鱼的崔向宇（具备核心素质的第一个先行是要先做人）——183
 - 穷小子变石油大亨（具备核心素质的第二个先行是要做好岗位工作）——185
 - 速记员能拿高薪的理由（具备核心素质的第三个先行是要做在先说在后）——186
 - 她为什么能做主管（具备核心素质的第一个要领）——188
 - 总经理高兴什么？（具备核心素质的第二个要领）——190
 - 柳传志的罚站规定（具备核心素质的第三个要领）——191
 - 大家推荐关风的理由（具备核心素质的第四个要领）——192

第十一讲

什么是成功人的 核心习惯

每个人都有习惯，不同的习惯。好的习惯是成事的基础，但不一定都能够成事。我们可以把成事者的好习惯称为成功的习惯，但这些成功的习惯不一定都起着决定作用，而起决定作用的成功习惯才成就了成功。这一讲，**主要讲什么是成功者的核心习惯；核心习惯强调一种做事方法。**这是本讲的核心内容。

