

★★人脉圈就是财富圈★★

总经理 掌控人脉 的 88个细节

任利红◎编著

人脉就是财脉
积累人脉，就是积累财富

总经理
经典书

北京工业大学出版社

总经理 掌控人脉 的 88个细节

北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

总经理掌控人脉的 88 个细节 / 任丽红编著. —北京:
北京工业大学出版社, 2010. 9

ISBN 978 - 7 - 5639 - 2478 - 3

I. ①总… II. ①任… III. ①企业管理—人际关系学
IV. ①F272. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 155129 号

总经理掌控人脉的 88 个细节

编 著: 任利红

责任编辑: 王 喆

封面设计: 天之赋设计室

出版发行: 北京工业大学出版社

地 址: 北京市朝阳区平乐园 100 号

邮政编码: 100124

电 话: 010 - 67391106 010 - 67392308 (传真)

电子信箱: bgdcbsfxb@163.net

承印单位: 大厂回族自治县正兴印务有限公司

经销单位: 全国各地新华书店

开 本: 700mm × 1000mm 1/16

印 张: 17

字 数: 233 千字

版 次: 2010 年 9 月第 1 版

印 次: 2010 年 9 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978 - 7 - 5639 - 2478 - 3

定 价: 29.80 元

版权所有 翻印必究

图书如有印装错误, 请寄回本社调换

前言

FOREWORD

美国钢铁大王卡内基说过：“80% 靠关系，20% 靠技能”。北京大学教授张维迎在哈佛大学讲坛上也曾说过：“在中国，企业要生存和发展，第一靠关系，第二还是靠关系，第三还是靠关系。”身为总经理，你要懂得多少专业知识其实并不重要，重要的是当问题出现的时候，你知道自己应该找谁才能解决问题。

有人说过：“三分努力 + 七分关系 = 成功。”这个成功法则对身为企业管理者的总经理来说一样有效。正所谓“人脉即财脉”，拥有了丰富有效的人脉资源，总经理也就拥有了更快捷的信息来源、更高效的办事渠道、更广阔的生财途径。一个掌控着庞大人脉资源的总经理，对下，可以服众；对上，可获重用；对内，可得支持；对外，可取得客户的信任；平时，可更快地获得升迁和财富；危难关头，可转危为安，在混乱中求生存。试问，这样的人如何能不成为一个卓越企业的掌舵者？因此，构建广泛的人脉圈子是总经理带领企业在市场竞争中屹立不倒的不二法门。

可以说，人脉就是企业无形的竞争力，是使总经理的事业不断攀上新的高峰的助推器。身为企业中的灵魂人物，总经理必须在与上司、同事、下属、客户等人相处的时候以自然、有创意、互利互惠的方式处理



好各种关系，为自己也为企业编织一张潜藏着无数机会的人脉关系网。

为了给总经理们建立自己的人脉圈提供切实可行的帮助，我们编写了《总经理掌控人脉的88个细节》一书。本书通过大量的经典案例，以通俗易懂的语言，站在职场生存、寻求合作的高度上，结合决定人脉成败的各个因素，对社交中的同事关系、上下级关系、客户关系的处理技巧作了详细的剖析，在此基础上，提出了“人脉就是财富”的观点，因而具有很强的实用性和指导意义。

真诚地希望每一个阅读本书的总经理，都能认识到人脉的重要性，从而建立起更牢固、更广泛、更实用的人脉关系网，在人际交往和市场竞争中游刃有余、财源滚滚！



第一章 得人脉者得天下

——总经理要善于发挥人脉的价值

.....

在好莱坞，有这样一句话曾经很流行：“一个人能否成功，不在于你知道什么，而是在于你认识谁。”卡内基培训大中华区负责人黑幼龙也指出：“人脉是一个人通往财富、成功的入场券”。对于现代社会的总经理们而言，能否成为一个卓越的企业管理者，起决定性因素的已经不仅仅是个人的能力和素质，人脉的广泛与否在更大程度上决定了其在成功的道路上能走多远。

.....

人脉越广，机遇越多/ 2

任何人都可能成为你的贵人/ 6

人情不可透支/ 10

关系网的建立需要好人缘并经常维护/ 12



时刻检查修补你的关系网/ 14

曲径通幽，迂回求助/ 18

自己有“利用”的价值，才能成为香饽饽/ 21

得体的客套也是一种艺术/ 23

第二章 人脉就是财脉 ——总经理要懂得“人脉好财源广”

.....

美国斯坦福研究中心曾经发表一份调查报告，结论指出：“一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自关系。”可见，从某种意义上说，人脉就是财脉。那些能为你的前途铺路的人，那些能让你升迁的人，那些能与你同舟共济的人……就是能为你带来滚滚财源的人。抓住他们，你的“钱”途就会从此一帆风顺。

.....

积累人脉，就是积累财富/ 28

人脉抵万金/ 30

抓住能为你的前途铺路的人/ 32

能在生意上提供帮助的人让你“钱”途无量/ 34

锁定能帮你把机会兑换成现金的人/ 37

寻求上司的帮忙是最快的捷径/ 40

老同学是一笔无价之宝/ 43

与金融机构搞好关系，解决钱袋子问题/ 46

抓住媒体，借别人的口扬自己的名/ 49

重视同乡关系/ 51

第三章 左右逢源靠人脉 ——总经理要懂得“情到人脉就到”

工作中，常有一些对人情世故理解不深的总经理，如果自己已有求于别人，则对对方热情有加，而对那些自己暂时无求的人却爱答不理的。但“平时不烧香，急时哪来佛脚抱？”所以，要想成为一个成功的总经理，就要不吝于感情投资，未雨绸缪，在平时就打造好自己的人脉关系。

感情是每个人的“软肋” / 56

感情投资，带来的收益最多 / 59

客户也需要感情投资 / 61

平时也要抱佛脚 / 64

交落难英雄得更多实惠 / 66

运用饭局拓展人脉 / 69

帮人帮到底，人情要做足 / 72

送礼也要送得恰到好处 / 74

施与小恩不图回报 / 76

放出长线才能钓到大鱼 / 79



第四章 人脉不分高低 ——总经理要善于赢得下属的支持

俗话说，独木难成林。总经理作为一个企业的带头人，不但要有卓越的见识与眼光，更需要团结一切可以团结的人。尤其是对于那些优秀的下属，不但要用，而且要重用。因为人脉不分高低。下属不仅是公司的执行者，更是公司的“摇钱树”。

下属也可以成为“摇钱树” / 84

明确地说出你的要求 / 87

敞开胸襟广纳下属的建议 / 91

对下属感兴趣，下属才会对你感兴趣 / 94

消除批评的紧张气氛，搞好上下级关系 / 97

要正确处理下属的抱怨 / 99

少插话，多给下属说话的空间 / 101

及时反馈下属的意见 / 104

多点头胜过多指教 / 107

给下属面子，下属才会给你面子 / 109

有亲和力才能有影响力 / 112

要有效沟通而不是以权压人 / 116

适时地表扬下属 / 119

放下架子才能赢得支持 / 121

用肯定来激发员工的潜能 / 124

要掌权，也要放权 / 129

信任就是最好的鼓励 / 132

以心换心，建立真正的影响力/	135
物质是基础，给下属合理的薪水/	138
欲正他人，先正自身/	141
控制情绪，不做爱发怒的公牛/	145
诚实守信，说到做到/	147

第五章 形象好人脉才更好 ——总经理要注重社交礼仪

社交礼仪往往反映了一个人的精神面貌、处事方式，也是人们所必须掌握的最基本的礼节。对于总经理而言，社交礼仪是否拿捏到位更是有着至关重要的影响。作为一个企业的管理者，总经理的形象往往就反映了企业的形象。如果总经理不注重自己的形象，就会极大地破坏企业的形象，甚至断了企业的“生计”。

形象好才能运气好/	152
名片是社会交往的先行官/	154
巧用问候语/	156
好人缘从恰当的称呼开始/	158
用身体语言拉近彼此的距离/	160
懂得握手之礼/	163
谦虚，让你处处受欢迎/	166
微笑是全世界的通用语言/	168
记住名字是对他人最大的尊重/	171
围绕对方选择话题让谈话事半功倍/	173



第六章 用口才润滑人脉 ——总经理要懂得会说话是本事

口才不是财富，却胜似财富。总经理的口才从一个方面代表了企业形象、品牌和文化。作为总经理，不但要会做，更要会说，还要把话说到对方的心坎上，才能引起对方的共鸣，最终建立起和谐融洽的人际关系。

讲究说话的禁忌，措词因人而异/ 178

投其所好，把话说到对方心坎上/ 180

话贵精，不在多/ 182

会赞美才能更好地打动他人/ 185

巧妙提问打开对方话匣子/ 189

总经理的耳朵比嘴巴更重要/ 192

要学会拒绝/ 195

幽默是双方交谈的润滑剂/ 199

不要让你的话“硬邦邦的”/ 201

发挥自己人效应/ 203

倾听的时候不要妄加评论/ 206

第七章 保持低调人脉广 ——总经理要懂得低调是一种智慧

自古以来，凡成功者大多崇尚低调。有哲人说过：“如果你要得到仇人，就表现得比你的朋友优越吧；如果你要得到朋友，就要让你的朋友表现得比你优越。”现代社会里，成功的总经理也常常会收敛锋芒，而不是处处显示自己，以至于惹人嫉妒。事实上，越是张狂的人，就越被别人厌恶，也就越容易落下把柄。所以，低调也是一种最好的自我保护和以退为进的智慧。

恰当地保持自己的气势/ 210

心怀谦虚，放低姿态/ 211

态度比道歉本身重要/ 213

留有余地好处世/ 216

勇敢承认错误也无损形象/ 219

不要总是炫耀自己/ 221

失意人面前不谈得意事/ 223



第八章 双赢才是真的赢 ——总经理要懂得与人分享

.....

孔子云：“三人行，必有我师焉。”在这个世界上，没有一无是处的人。事实上，任何一个人身上都会有你所不具有的东西。作为一个公司的总经理，在与人交往的时候要懂得与人分享，才能发挥他人的力量来壮大自己。

.....

善待竞争对手才能走更远/ 228

送人玫瑰，手有余香/ 230

帮客户赚钱就是帮自己赚钱/ 235

优势互补，广纳四海财/ 238

并肩作战， $1+1>2$ / 242

各取所需，有钱一起赚/ 244

互惠互利是双赢的前提/ 247

乐于分享，不独享荣耀/ 248

双赢，是成功的最高境界/ 252

挡人财路不如另辟财路/ 255

第一章

得人脉者得天下

——总经理要善于发挥人脉的价值



在好莱坞，有这样一句话曾经很流行：“一个人能否成功，不在于你知道什么，而是在于你认识谁。”卡内基培训大中华区负责人黑幼龙也指出：“人脉是一个人通往财富、成功的入场券”。对于现代社会的总经理们而言，能否成为一个卓越的企业管理者，起决定性因素的已经不仅仅是个人的能力和素质，人脉的广泛与否在更大程度上决定了其在成功的道路上能走多远。



人脉越广，机遇越多

一个人的成功与否，机遇至关重要，但机遇并不是唯一的决定性因素。从很大程度上来说，机遇对任何一个人都是同等的，不同的只是人脉关系。人脉广泛的人做起事来自然顺风顺水，没有人脉关系或者人脉关系不佳的人做起事来就会处处掣肘。可以说，人脉关系的优劣，直接影响到机遇的多少。所以，你可以没有一身能让你称霸天下的“好武艺”，但是你必须学会站在巨人肩膀上，博取他人所长为我所用。

台湾凌航科技公司的董事长许仁旭从彰化县鹿港小镇只身到竹科闯荡，当时的他没有显赫的学历与家世背景，但现如今的身价已经接近数亿元，还同时兼任十几家科技公司的董事长一职。许仁旭之所以能够取得这样的成就，靠的就是人脉。他说：“如果不是因为朋友的介绍，我根本不可能进入台积电或任何一家科技公司；如果不是因为我在台积电工作时跟凌阳董事长黄洲杰建立了深厚的感情，我现在也不会成为凌阳集团投资业务的重要顾问。”

台湾统一投资顾问杨耀宇后来退出职场，转去为朋友做财务顾问，并同时担任了5家电子公司的董事职务，其身价高达近亿元新台币。杨耀宇之所以能够从一名乡下小孩迅速成长为打工皇帝，其秘诀就在于他的四通八达的人脉网。“有时候，一通电话抵得上10

份研究报告，”他说，“我的人脉网络遍及各个领域，成千上万条。”

在好莱坞，有这样一句话曾经很流行：“一个人能否成功，不在于你知道什么，而是在于你认识谁。”卡内基培训大中华区负责人黑幼龙也指出：“人脉是一个人通往财富、成功的人场券”。

一个成熟的总经理知道，一个人脉竞争力强的人所拥有的人脉资源不仅广而且深，同时可以让他比别人更快地获取有用的信息，进而转换成为升迁机会或者财富。更重要的是，在危急或关键时刻，人脉资源则可以让他转危为安。

哈佛大学曾经针对贝尔实验室的顶尖研究员做过调查。调查结果发现，大凡成功的企业总经理，很多人并不具备很强的专业知识，但无一例外的是他们都拥有极其丰富的人脉资源网，一旦有事情，这个人脉资源网会在最短的时间里为他们提供完美的支持。

可见，在现代社会，决定一个总经理能否在激烈的竞争中胜出的关键往往在于面临困难时，他是否能以最快的方式向合适的人求助并解决问题。

可以说，人脉与机遇成正比，丰富的人脉才能为你带来更多成功的机遇。在职场上，人们常常可以听到这样的感慨：“如果我有足够多的关系，一定可以更加顺利地完成这项工作！”“如果和哪位关键人物建立关系，做起事来就方便多了！”所以，所谓的机遇不同，说到底不过是交际能力和交际范围的不同。或者说是总经理的交际能力和交际范围的大小往往决定了其在事业上能够走多远。

小北大学毕业后，应聘到一家报社广告部工作。因为工作的关系，他时常接触到海尔、春兰、百事这样的大客户。在给他们搞创意或争取版面时小北很卖力，这些客户对他的态度很满意，因而彼





此间关系十分融洽。

后来，小北下海创业自己做了老板，这些过去的客户给小北的事业提供了很大的支持。一些客户甚至在众多竞争对手条件都差不多的情况下把产品的独家销售权给了他。

所以，在人际交往中，一个人最大的收获不仅仅是赚了多少钱，积累了多少经验，更重要的是认识了多少人，结识了多少朋友，积累了多少人脉资源。这种人脉资源也许暂时没有发生作用，但你要相信，总有一天，它们会成为你事业发展的重要力量。

熊晓鸽是“赢在中国”栏目策划人、北京网尚文化传播公司董事长。1991年，他回国创业，其身份是美国国际数据集团（IDG）成员。当时，他获得的第一笔生意就得益于人脉关系。

1991年，美国一家公司和中国的《国际电子报》已经签好了合资协议，并且也征得了政府的同意，双方甚至为此在人民大会堂举行了一场仪式。不料，该公司突然因为无法对中国的风险做出准确判断而放弃了合作。

幸运的是，在这次买卖中，《国际电子报》和电子情报研究所是合作伙伴，而熊晓鸽以前在美国的一家出版公司里工作的时候，曾经跟电子情报研究所合作过，双方关系比较融洽。熊晓鸽抓住这个机会，通过电子情报研究所的介绍，顶替了撤出合作的该美国公司，在半小时内就与《国际电子报》达成了合作意向。第二天，双方就签约了。当时，对方也提供了很多相关的财务数据，但熊晓鸽认为更让他有信心做这笔生意的并不是这些数据，而是当年的“那些交情。”

后来，《国际电子报》这个媒体投资项目还在熊晓鸽的建议下并