

经|典|珍|藏|版|

给员工利益就是给公司利益

管理精英

润 宇◎编著

不会告诉你的

心理学

Management Elite
PSYCHOLOGY

竞争管理：强大内在力

耐心，耐心，还是耐心

把企业的情感注入到产品中

质量是企业的灵魂

奇迹是管理出来的



管理精英

不会告诉你的

心理学

图书在版编目(CIP)数据

管理精英不会告诉你的心理学 / 润宇编著. —北京: 新世界出版社, 2010.5
ISBN 978-7-5104-0940-0

I. ①管… II. ①润… III. ①企业管理—管理心理学
IV. ①F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 079809 号

管理精英不会告诉你的心理学

编 著: 润 宇

责任编辑: 李淑娟 李晨曦

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京市西城区百万庄大街 24 号(100037)

总编室电话: + 86 (10) 6899 5424 68326679(传真)

发行部电话: + 86 (10) 6899 5968 68998705(传真)

本社中文网址: <http://www.nwp.cn>

本社英文网址: <http://www.newworld-press.com>

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

版权部电话: + 86 (10) 6899 6306

印刷: 北京市业和印务有限公司

经销: 新华书店

开本: 787×1092 1/16

字数: 195 千字 印张: 15.75

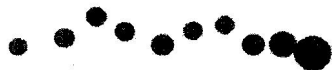
版次: 2010 年 6 月第 1 版 2010 年 6 月北京第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5104-0940-0

定价: 29.80 元

新世界版图书 版权所有 侵权必究

新世界版图书 印装错误可随时退换



前言

先看下面的一则职场小故事：

有一次，某君与几位朋友在一起共进晚餐。当时他们的话题谈到了男人与女人的智慧上。在座有位女性，说她有一个男同事如何如何厉害。听她讲完之后，在座的诸位也都认为她的男同事的确不凡，最后这位女性是这么来评价那位厉害的男同事的：“这个人真是个鬼才。你们男人太聪明了，我们女人不是你们男人的对手。”

某君听后，笑了：“你这种说法不对，你这是在贬低我们男性同胞。首先，鬼才不值得提倡，鬼用在成人身上，更多的是见不得人的东西，而惟一表示聪明的方面又是指小孩，比如小鬼头、鬼精灵之类就是。其次，用‘精明’这个词来形容男性，是用词不当。男人厉害不是精明，你知道应该怎么形容吗？”

这位女士摇了摇头，某君就问在座的其他几位女性，他们也都说不知道。某君告诉她们：“精明只能用在你们女人身上。女人习惯于过细水长流的日子，平时待人接物精打细算，用精明来形容是最贴切的。但是男人就不叫精明，男人叫什么？告诉你，叫高明！”

某君的话音刚落，全场爆起了爽朗笑声，在座的各位个个点头称妙。

人的能力才华有高低，有的是能力一般者，有的是人才、人杰。人



的智慧也有精明、聪明、高明、英明之分。能够运用心理学的人，决不是有点小聪明的人所能达到的，一般要到了高明这个层次才能达到这个程度。

再举个例子说明：

广州立白企业集团的陈总裁阐述了这么一种观点：一个企业能不能发展或者说有没有发展的后劲，关键看这个企业里的职员有没有新思想、新观点、新知识、新思维、新概念。如果具有这“五个新”，也就具备了创新精神，那么这个企业肯定是充满活力的，前途非常光明，反之则会走向衰亡。

比如立白洗衣粉，就可以通过新的思维方式以创新的思想进行新的假设，赋予它新的概念。现在市面上的洗衣粉广告，都是清一色的什么速洁、高效、超能、去污力强之类的陈词滥调，难道除了这些就没有别的东西了吗？技术开发人员往往将自己的思维固定在某一个模式上面而无法跳开，既然要对产品改良，能走 50 步为何不走 100 步呢！为什么一定要在节省、清洁这个圈圈里打转？不可以跳出这个圈圈，往其他方向设想吗？现代的人们不是都在追求多功能、多元化、复合性之类的东西吗，那么是不是可以生产一种两用性洗衣粉呢？现代女性都有洒香水的习惯，而洗衣服多为女人们做的事，我们是不是可以生产一种芳香型洗衣粉，并且这种香味可以长久地遗留在衣服上。香型可以分成很多种，什么玫瑰香型、茉莉香型之类的，这样就可以免除女人洒香水的繁杂，既洗了衣服又等于为衣服洒了香水，这种多功能洗衣粉比现在那些单一性洗衣粉更受女人们欢迎，至少投放到市场后，比其他洗衣粉多了一个全新的卖点。

像这样的管理思维，也是经营创新，通过对产品进行不断的改良，来独创卖方市场，以达到资本的最大增值。

管理者就是要善于出主意，经营主意、用人主意、管理主意等等，

PREFACE



有了好的主意，工作就会得心应手，企业就会出效益。这些主意，不是仅靠常规思维方式可以想得出来的，而要采用变通的手法，另辟蹊径。这个变通也就是管理学中的诡计。

本书中的每个管理心理学的案例都分为黄金寓言、黄金案例、黄金提示三个部分，从古代的哲理寓言引入主题案例，然后分析，得出结论。书中的案例与哲理不是武林拳谱、祖传秘方，而是企业高层管理者的经验之谈，虽然称不上放之四海而皆准的真理，但至少都经过了实践的检验，希望能够给广大读者朋友以启发与帮助。



目 录

管理心理学人才篇：企业的真正主人

不要为盛名所累，才干才是惟一标准	3
量才适用才能物有所值	9
宁要不时顶撞，不要唯唯诺诺	13
管理的艺术就是会用人	16
别让工作经验悄悄蒙上你的眼睛	21
夺取优秀人才	25
拉开人才档次，有优秀的人才才有优秀的企业	27
领导要有长远眼光	31
激励决不拖延	34
先踢他一脚，再同他一起上路	37
员工是企业的“衣食父母”	40
人才就是企业的财神爷	45
让员工为自己的工作自豪	48
让员工积极主动地工作	51
危机时刺激员工需要技巧	53
痛并快乐着	56



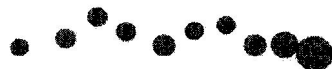
适当保持透明度，可拉近彼此间的距离	61
面对不满，有容乃大	63
最有效的工具是团队章程	65

管理心理学服务篇：企业生存的粮食

打好服务这张牌	71
要一流的设施，更要一流的微笑	74
千万别把“上帝”瞧扁了	79
顾客就像是情人，需要时时放在心上	86
鱼儿离不开水，产品离不开大众	89
学会“借力打力”，方能达到至高境界	94
真诚对待消费者	96
将危机消灭在萌芽状态	99
密切关注市场，随时变化自我	102
服务第一，营销第二	104
诚信无价	107
将企业战略推到顾客面前，让其监督	110
倾听是一门艺术	115
找准突破口，做好营销广告	119

管理心理学改革篇：企业发展的动力

竞争时刻存在，管理不容大意	125
不但要敢于冒险，而且要善于回避风险	130
当留则留，当弃则弃	135
仿效也要有水平	139
创新是推动企业进步的重要力量	142



以新的眼光来调整经营策略	146
降价是占领市场的一大杀手锏	149
销售追求“名人效应”	153
降低成本，杜绝浪费	155
改革需要果断的“无情杀手”	158
弃旧换新是企业起死回生的法宝	162
告别文山会海，开展有效工作	166
速度是竞争中不可或缺的因素	170
生存，然后壮大	173
有效的撤退是理智的进步	179
通过收购兼并，力求做大做强	181

管理心理学决策篇：企业成长的关键

尊重理论、创新和时间	189
充分发掘潜力，寻找致富之路	191
要善于抓住成功的突破点	194
研究经济有助于决策	198
良机绝不能轻易错过	199
投其所好，各取所需	203
正确的决策只在一念之间，不要失去后才后悔	207
要有与众不同的理想信念	209
民主平等想办法，心平气和做生意	212
以纯正之心管理企业	215
充分合理地利用各种资源，须知凡物必有用	217
独树一帜，巧配资源	219
转变旧观念，探索新途径	222



因地制宜，创造市场	226
用事实说话	228
培训是企业战略中不可忽视的部分	231
正确的决策来自集体的智慧	235

参考书目	239
------	-----

管理心理学人才篇 企业的真正主人

不要为盛名所累，才干才是惟一标准

黄金寓言：

在一个很远的地方，生活着几个动物部落，每一个部落都形成独立的王国，就像人类社会的每个国家。

国与国之间难免要互相竞争，各个部落的首领都意识到了人力资源的重要性，于是展开了一场人才争夺战。

其中有一个叫秦天的部落居住在一片贫瘠的土地上，生活条件十分差，肉食动物有时候为了果腹，都不得不改吃植物。在这样的国度里，人才显得尤其重要。

“我向来是求贤若渴，可我们秦天的条件实在太差，”有一天，狮子大王哀叹道，“几个部落里的知名谋士，我都私下拜访过了，可没有一个愿意到我们国家来。”

狮子大王的众多大臣也跟着一片哀叹，都说挖不到人才，国家会更加落后，国家落后就更加找不到人才，如此陷入恶性循环，总有一天国将不国。

就在这时，一只小蚂蚁站了出来，高声说道：

“大王，依臣之见，不妨转换思路。”

大臣们都把眼光转向小蚂蚁。

蚂蚁在这个国度的地位十分低下，几乎没有哪一种动物看得起它们。这时，好几只动物冲小蚂蚁说：“小小蚂蚁，你懂得什么，别烦大王了！”

狮子大王却鼓励小蚂蚁说下去。

“臣以为，我们以前都是把目光放在几个部落的知名人士身上，现



在不妨转换一下思路，把目光放在市井之中。”

此言一出，众大臣笑得前仰后合。

“市井之间，也有人才？无名小辈，岂能治国安邦？”一头大象扬着长鼻子说。

狮子大王再一次喝住众大臣，让小蚂蚁继续说。

“任何一个人才，无论他如今知名度如何高，他都曾经是无名小辈，曾经被埋没于市井之中。”小蚂蚁说，“这些人才今天有了知名度，自然身价很高，我们这样的国家，没有财力请他们来，即使倾全国之财请来了，也难以伺候，弄不好他中途拍屁股走人，留下一个烂摊子让我们没法收拾。而市井之中，如今有些人之才华，并不在知名人士之下，只是没有被发现而已。这些市井人士，我们去重用他们，我们就是他们的伯乐了，他们必会感激于我们的知遇之恩，必会全身心地投入到工作中去。而且，这些人才因为不知名，根本没有人去请他们，从供求关系来说，他们不可能要价太高。”

一席话，说得动物们心服口服。

狮子大王也感到心头豁然开朗，它当即下诏，招天下贤士，不求学历，不论知名度，只求真本事。

此诏一出，各个部落的市井中人都去应聘，三教九流，人才还真不少。

秦天部落因此利用很少的财力，就网罗了一大批人才，依靠这些人才很快发展壮大，成为最富强的一个动物部落。

黄金案例：

美国著名的西华公司（原名萨耶卢贝克公司）的创始人理查德·萨耶是做小本生意起家的，他的事业发展到后来那么兴旺，连他自己都感到吃惊。



他的成功在于他善于发现人才和使用人才。

萨耶最初在明尼苏达州的一条铁路线做货物运输代理业务。做这种业务，有一件令人头痛的事情，那就是有时收货人嫌货物不好而拒收，收不到货款不说，还倒赔运费。萨耶是一个善于动脑筋的人，他想到了邮寄。

出乎意料的是，这一方式竟然非常成功，同行也纷纷仿效，大有超越他这个创始人的势头。萨耶意识到必须扩大规模。可扩大规模就得有人手，去哪儿找这样的人呢？

在一个月光皎洁的夜晚，这个人出现了。

他叫卢贝克，到圣保罗购物，没想到迷了路，徘徊在夜色下。

这时，萨耶正好也在月光下散步，冥冥中他觉得这个人会是他的事业伙伴，于是邀请他到自己的小店中休息。

两人一见如故，一席话竟然谈了个通宵。卢贝克非常欣赏萨耶的经营思路，萨耶万分激动，盛情邀请卢贝克加盟，两人一拍即合，“萨耶卢贝克公司”就在那个夜晚诞生了。

两个人搭档，生意突飞猛进，开辟了多种经营，突破了运输代理范围。

合作的第一年，营业额达到40万美元，为萨耶单干时的10倍。他们当时还是一家小店，这样的营业额，在同行中已经是遥遥领先了。

合作的第二年，生意更加红火，两个人开始感觉到力不从心了。

“也许，我们两个都不是天才。”有一天，萨耶苦笑着说。

“这句话我早就想说了，可是怕你泄气才没有说。”卢贝克说，“我们去请一个有能力的人一起干，如何？”

萨耶当即表示同意；可是，去哪儿找这么一个人呢？他们要找的，是一个能够经营上百万美元业务的总经理，而不是一个小伙计。这样的人，在这个行业中本来就很少，即使有，也早被更大更有实力的公



司请走了，哪里轮得到他们这样的小公司啊。

经过好长一段时间，他们都没有找到合适的人。

“我们是不是换个思路呢，到平凡的小商人中去寻找吧？”有一天，萨耶说。

这一提议马上得到了卢贝克的赞同，他们一致认为这个思路很好，因为知名的人才，是不屑于到他们这种小店来工作的，即使不惜代价请来，也未必能够长久干下去，而从平凡的小商人中物色的人，如果委以重任，他一定会尽全力报效。

思路有了，但目标还是难确定，两个人谈论了半天，激动了半天，最后还是只好暂时搁置下来。

不久后的一天，萨耶下班回到家时，看到桌子上放着一块妻子新买的布料。

“你要的布料，我们店里多得很，你干吗还花钱去买别人的呢？”他有点不高兴，因为他经营的小店确实有很多同样的布料。

“这种布料的花式很特别，流行！”妻子说。

“就这种布料，也能流行起来？它不是去年上市的吗？一直都不好卖，我们店里还压着很多哩。”

“卖布的这么说的，”妻子说，“今年的游园会上，这种花式将会流行。瑞尔夫人和泰姬夫人到时将会穿这种花式的衣服出场。这可是秘密哦，你不要告诉其他人。”

萨耶感到有些好笑，所谓的流行，不过是卖布的骗人把戏罢了，抬出当地的两位贵妇人，也不过是促销罢了，想不到他这样精明的商人，竟有这么一个轻易上当的妻子。

“你真的不能说出去哦。”妻子又强调。

萨耶摇摇头，没当回事，也没有打听那个卖布的人是谁。甚至，萨耶店里的那种花式的布料被人买走时，也没有引起他的注意。



到了游园那一天，果然如妻子所言，当地最有名望的两位贵妇瑞尔夫人和泰姬夫人穿上了那种花式的衣服，其次是他妻子和其他极少的几个女人穿了。那天，他的妻子出尽了风头。

更奇特的是，在游园会上，每一个女人都收到一张宣传单：瑞尔夫人和泰姬夫人所穿的新衣料，本店有售。

这哪是什么新衣料啊？但萨耶突然开窍了：这一切，都是那个卖布的商人安排的！手段可不同凡响啊！

第二天，萨耶和卢贝克拿着传单，到那家店去，想看一下那个商人到底是谁。远远地，他们就看见那个店被女人们挤得水泄不通。等他们挤进去时，却看到一张招贴：

“新衣料已售完，新货明日运到。”

那些妇人，害怕第二天买不到衣料，都纷纷预付衣料款。伙计一边收钱，一边还假意说：“不收了，不收了，怕明天到的衣料不够。”

其实，那种布料去年以来，一直是积压货，整个镇上多得不得了——当然，已经全部集中到那个神秘商人那里去了。商人故意说明天才到货，不过是刺激跟风的女人们，让她们快些交钱，而不要挑三拣四罢了。

萨耶和卢贝克一下子对那个商人佩服得五体投地。

“这个人就是我们要找的人，不管他长得高矮胖瘦，不管他是老是少，也不管他是男是女！”萨耶说。

但当他们见到那个商人时，却不禁哑然失笑：那个商人竟然是老熟人路华德——经常和他们做生意的人。

由于没有深交，他们对路华德没有什么印象，可这回仔细一瞧，竟觉得路华德身上具有一种强大的吸引力。萨耶和卢贝克意识到，路华德如今的生意虽然做得比他们两个的小得多，但这个人的才能在他们两个之上，如果不能成为伙伴，日后必然成为最强大的对手。

