

上班族必備
求生寶典



「スーパー」異才発想の達人ビジネス術

超級人材的

商業技巧

中島孝志◎著

孫玉珍◎譯

超級人材的 商業技巧



中島孝志◎著

孫玉珍◎譯

國家圖書館出版品預行編目資料

超級人材的商業技巧 / 中島孝志原作；孫玉珍譯。--初版。
臺北市：旺文社， 1996 [民85]
[11] 154 面；21 公分
譯自：「スーパー」異才発想の達人ビジネス術
ISBN 957-508-377-6(平裝)

1. 成功法

177.2

85004919

[SUPER] ISAI HASSOU NO TATSUJIN BUSINESS JUTSU

© NAKAJIMA TAKASHI 1991

Originally published in Japan in 1991 by KANKI PUBLISHING INC.,

Chinese translation rights arranged through TOHAN CORPORATION,
TOKYO.

超級人材的商業技巧

ISBN 957-508-377-6

原著書名 / 「スーパー」異才発想の達人ビジネス術

原作者 / 中島孝志

原出版者 / 株式会社かんき出版

版權代理 / 株式会社トーハン

譯者 / 孫玉珍

發行人 / 李錫敏

出版者 / 旺文社股份有限公司

台北市安和路 2 段 209 巷 2 號

郵撥帳號 / 1131222-2

電話 / (02)3770678(代表線)

傳真 / (02)7373923

登記證 / 行政院新聞局版台業字第 3835 號

執行主編 / 陳月鳳

責任編輯 / 尹銘菁

美術編輯 / 張文瓊

內文排版 / 陽明電腦排版股份有限公司

印刷 / 崇豐印刷企業有限公司

初版 / 1996 年 6 月

法律顧問 / 吳松枝律師 尤英夫律師

台北市松江路 59 號 9F TEL : (02)507-2552(代表線)

定價 / 新台幣 160 元

〈本書如有缺頁或破損，請寄回更換〉

版權所有·翻印必究

前言

人材和人渣的區別何在？

有用和無用的人材又有什麼差別呢？

無論是否在工作崗位上，時時刻刻充實自己和得過且過的人又有什麼不同呢？

是想像？行爲？是運氣？還是遭遇呢？

歸根究柢的結果，其實原因就在於抓緊時勢潮流的方式和實際行動之間的差距。

坂本龍馬之所以備受讚揚，是因為生逢其時，幕府時代造就了他。

邱吉爾也是因為局勢的混亂，方能在世界舞台上呼風喚雨。

創業或中興事業都必須正確掌握時機，方能自我實現。

要想成功，時機是非常重要的。抓住自己時來運轉的機會，掌握時代脈動更是必

須培養的能力。

本書主要內容，就是在告訴各位如何培養這個能力。

這是個講究資訊的時代，能夠掌握資訊的人，就能夠掌握一切。

想要成爲這個時代的領導者，除了必須具備實力之外，還必須要有表演的本事。

也就是說，這是一個自我表現的時代。

每個人爲了推銷自己都努力地尋求表現的機會，對吸收資訊迅速的現代人而言，掩飾已不再有任何作用。

只有真正的人材才能繼續存在。

但是對我們這些正在學習如何成爲真正的人材的人而言，爭取時間則是刻不容緩的。

兩千五百年前，孔子曾說：「吾十有五而志於學，三十而立，四十而不惑，五十而知天命，六十而耳順，七十而從心所欲，不踰矩。」

其中的重點就在於「三十而立」。

這句話的意思就是說，十五歲立定志向之後，再經過十五年的尋尋覓覓，必須在三十歲之前決定自己今後要遵循的準則。

但是現在的上班族，二十二歲才開始決定工作，到了三十歲還未必找到了自己的定位，四十歲時依然徬徨無措，到了該退休的時候就難免終日不安了。退休之後，也絲毫沒有想要好好地磨練自己的心智。

這是爲什麼呢？

這全是因爲在決定就業到找到自己定位的時間太短，一切的思考和行動都太過匆促的緣故。自己的人生必須靠自己開拓，在就業多年之後，必須重新思考自己的生活

方式是否正確。

以筆者來說，正由於媒體對我的評價始終高出我對自己的評價，爲了要提醒兩者之間的差距，我總是不斷地努力。好不容易趕上之後，卻又發現自己被定位在更高的位置上，當然又得開始努力追趕了！

「理想—現實 \parallel 努力的目標」這個公式的意思就是說，從自己的夢想中減去周圍的人對你的認識，就等於你該做的事。

所以你應該大聲地說出自己的夢想、目標和理想的未來。然後再客觀地爲現在的自己打分數。

一切就可以開始了。

沒有人一開始就可以成爲偉人，只有不斷的磨練才能讓你有所成就。

個人、企業和整個社會都面臨了前所未有的轉捩點，如何才能創造時代，表現自我呢？

本書內容是以一些真正的人材爲實際的範例，並加上筆者個人的經驗，提供適合九〇年代人材運用的智慧及實踐方法，可說是一本爲有志者所寫的自我投資方法。

也由於寫作此書，我得以重新復習以往的經驗。

如果能夠透過此書對各位有所幫助，那就再好不過了。

目錄

前言

第一章 ●上班族求生術

如何成為精明的白領階級

1 如何處理公司中的人際關係

下屬和上司不能互相選擇的無奈

抱怨的對象是上司，不是同事
為防萬一，上司應儘量幫助下屬學習

4

如何看待人事異動、升遷及降職

將人事異動視為自我提升的大好機會

升官不驕，降職不餒

2 善用加班、出差和年假

3

當會議的主角

開會時話多不如話精

主持會議時盯住關鍵的大人物

如何讓會議更有趣

印象

如何製造不加班但勤於工作的

出差是修身養性的好機會

要如何休「年假」

5 充分利用通車的時間…… 21

不要小看一天十分鐘

利用通車時間為自己的將來鋪路

第二章 ●上班族情報武裝術

善用工具

6 如何活用媒體…… 24

準備情報武裝絕不小氣

電視節目的取捨標準

看報略讀即可

資訊不重量也不重質，只重種類

利用媒體提高人文素養

7 充分利用電子工具…… 32

傳真比電話留言更方便，印象

更佳

利用網路擴大人際關係

行動電話讓辦公室成為隨身包

遇見和你投緣的人勿忘拍照

8 以記事本為紀錄庫…… 38

只要記住想見的人就會有機會相見

反覆閱讀筆記可看出自己的關

鍵字

9 如何在一個月之內看六十

本書…… 41

為了解自己而讀書

分辨知識和智慧

10 活用明信片或信件…… 44

明信片可製造「想再見」的效

整理自己和別人初次見面的方式

第三章

◎上班族人際關係術

將人脈拓深拓廣

11 學習腳下功夫……………50

善於處理人際關係的人，行動先於思緒

沒有人會親近只想利用他人的人

12 參加讀書會以拓展人際關係……………53

讀書會的內容千變萬化

參加價值觀相同的讀書會

13 以名片吸引對方……………56

善用名片作為第一張王牌

讓你的名片獨一無二

14 成立讀書會，擔任幹部：59

即使預算不夠，也能請來嘉賓

人際關係網的創造，原則上是由一人開始

由一人開始

讀書會應重質，不重規模大

15 擁有公司以外的諮詢顧問……………64

遇對人時就應拜師學藝

對手並不在公司內，而是在公司外

司外

讀書會成員的共同企劃特多

絕不將公事帶進讀書會

第四章

◎上班族自我主張術

表現自我

16 如何提高公司外的風評：72

依靠正常管道的人事評鑑是不可能的

打算換工作時，別讓公司知道外界對你的評語

17 將公司外的評價做策略性的運用……………76

認為沒有地方比公司更好的人，在公司外毫無人際關係
若在公司評價不高，就從提高外界的風評開始

18 如何化解公司內的妬意：80

上班族比女人還會吃醋
讓扯後腿的同事成為同志

19 改頭換面成爲知性的靈敏

者……………83

若能轉變成靈敏者，事業就會成功

感覺不靈敏，就無法預測市場行情

20 以傳播媒體爲武器……………88

向傳播媒體自我推銷

若能突破創新，生意將絡繹不絕

讀書會的邀請函，每回都寄給傳播媒體

第五章 ●上班族下班後

提高自己的附加價值

21 以成爲超級專家爲目標：96

演藝界是超級專家集團

這樣的社會是最嚴厲的

22 資格、語言、計算的能力

訓練…………… 99

讓「自我股份有限公司」上市，唯有自我投資

每天清晨五點起床唸英文的高手

西順一郎幫你鍛鍊計算能力

23 活絡身心…………… 103

運動是轉換精神的最佳選擇

公司是日本上班族唯一的休閒中心

咖啡或音樂劇雖然不錯，茶道和歌舞伎也不賴

24 如何使用金錢…………… 107

存錢的目的為何？

將盈餘回饋給員工的公司，不怕請不到人

25 善用時間的高手…………… 111

要當時間的主人，別當時間的奴隸

充實與顧客面談的時間，資訊武裝是必要條件

把一小時當三小時用的方法

第六章 ●上班族自我投資術

思考生涯規畫

26 如何實現自我…………… 118

有能力的人不喜歡穩定的生涯規畫明確方向

換工作之前需自我檢查的四件事

開拓新事業，登上高峯

我利用讀書會的方法提出新的企劃案

開創新事業的七大要件

27 **如何成爲有魅力的人……** 130

智慧、熱情和經驗的累積方能造就魅力

往下紮深人際關係

28 **鼓起勇氣嘗試演講……** 133

我第一次演講只用十分鐘思考內容

演講成功與否，講者最清楚
演講時必須注意的八大要點

29 **出版單行本……** 141

上班族的寫作題材俯拾皆是
取材時的順序及要點

30 **做個生活高手……** 146

社會價值觀與自我價值觀並行
能否控制潛意識，關係到爲人
是否成功

自己的人生，唯有自己才能評
價

後記…… 152

第一章

●上班族求生術
如何成爲精明的白領階級

1 如何處理公司中的人際關係

下屬和上司不能互相選擇的無奈

經常有上班族抱怨所遇非人，跟錯上司，但哪裏知道為人上司者，也有同樣的感嘆。

人事部門在決定聘用人選之後，便和各部門的主管商量，根據所聘人員的個性和興趣來分配所屬部門。當然有時公司也會自行判斷，自認為是為了當事者的未來著想，而將聘用人員分配至非志願的部門。

這看起來似乎是體貼人意的做法，其實不然。不過通常到後來會站在自己這一邊的也通常是自己的上司。

由於上司必須訓練屬下以貫徹業務的執行，身為屬下的人若不盡全力協助，上司勢必事倍功半，績效不彰。

因此，如果上司偶爾要求過分，也不需太過在意，正因為對方是上司，才會做無理的要求。

為人屬下者與上司或同事意見不合時，即使自己的意見正確，也不可爭論。雖然現在的上班族爭取表示自己的意見，但其實這是一種不夠專業的做法。三個人以上在爭論時可以故作迷糊；兩個人的時候，則最好不斷地深呼吸以緩和氣氛。

「退一步，海闊天空」，無論是一個下午也好，一天也罷，最好暫時休息一下再繼續討論。這麼做的結果如何呢？

別人決不會說你是老頑固，反而會稱讚你腦筋好。當然過度興奮而做出失禮的事倒是另當別論。

但是，近來會做出無理要求的不再是上司，反而是下屬，各位應該要好好的反省。為人下屬者的過分要求是非常嚴重的事，上司若是對此加以指正，必須心存感謝。

「報告、聯絡和商量」已經成為管理用語，這就是上司之所以存在的理由，要下屬報告、聯絡和商量才是優秀的主管。

當下屬有突發事件、對事情不滿或是犯錯時，必須立刻報告、聯絡和商量的對象就是自己的上司。

在日本的公司中，追究責任的對象很少是業務負責人或公司的負責人，這或許可說是一種傳統美德吧！那麼應該要找誰負責呢？那就是業務負責人的直屬上司，甚至也許會牽連到直屬上司的上司，所以下屬必須聽從上司的要求，因為他必須在你出事

時，為你挺身而出。

抱怨的對象是上司，不是同事

雖然日本公司一向採取的是齊頭式的平等，但是在任職十年之後，即使是同事之間也會因為業績、工作態度和運氣，在各方面逐漸產生距離。

尤其是許多發展穩定的大企業，即使是外調或設立子公司也無法提供足夠的頭銜，因此只好利用不同的名稱來應付這些企圖升官的員工。筆者以為：如果能夠將製造這些頭銜的創造力用在其他方面，可能還比較實際些。

雖然有人會認為這也無可厚非，但是再多的頭銜，仍不能改變上班族圍著「頭銜」打轉的悲歡歲月。

一九九〇年，某團體針對股票上市公司的負責人做了一份問卷調查，題目是「在你的工作生涯中，哪段時間最快樂？」得到的答案不是當總經理的時候，也不是剛進公司的時候，而是第一次升遷的時候。

某高科技公司曾經要公司幹部在解除職務和減薪之間做一選擇，大多數的人都選擇了後者，也就是說大家寧願薪水減少，也不願被降職。

上班族就這麼日復一日進行著頭銜生存戰，而爭奪的對象就是同事。
那麼同事和上司或下屬比較起來，感覺又是如何呢？

在進入公司的時候，共同參加各式研習和聚會，尤其因為年齡相近，就連婚姻大事也能夠彼此商量，在公司內部的婚喪喜慶上佔有相當重要的份量。但在公事上，上司、下屬和自己是一條船上的人，必須同舟共濟，但同事和自己卻是立於兩條平行線上，彼此獨立毫無關聯。

所以經常會不經意地對同事洩漏出一些不利的消息。如果是上司自己講出去，徒然妨礙升遷機會，因為這一切都掌握在下屬的手中。而且對別人抱怨自己的下屬，無異是宣告自己領導無方。下屬也因為信用的問題，而不至於輕易將這類消息外傳。

但在面對同事時必須更留意，即使一個不經意的玩笑，說者無心聽者有意，小心惹出大麻煩。

任何不利的消息都不對同事透露，有任何不滿或意見都直接告訴自己的上司，第二天再裝著若無其事地上班。這是讓彼此和平相處的不二法門。

為防萬一，上司應儘量幫助下屬學習

平時不燒香，臨時要抱下屬的佛腳並不容易。無論是生氣、怒罵或讚美，只要誠心誠意，下屬一定都能領會。自己的成敗掌握在下屬手中，可算是「最好的顧客」，所以為人上司者應該不吝投資才是。或許有人認為，努力栽培的部下要是調職，豈不白忙一場為人作嫁嗎？其實正因為人事會異動，更需要投資。