

新新人类顶尖赢家

目摇摇录

摇摇改运 :成败之间

忍

差之毫厘 ,失之千里

品质至上

天天进步

阅读 :改运的第一法宝

一等人创造环境

人人都有风光时

失败只是暂停成功

苏东坡为什么遭贬

机运加选择

向上帝借时间

最宝贵的资源

延长生命

掌握第一手信息

命好不如习惯好

增加 员缘

模仿卓越

捷径

成为新“爱因斯坦”

心态致胜

谦逊的蜜蜂与浮华的蝴蝶

信念革命

重构生命境界

克服对别人的畏惧

使人不战而屈

包容

春风化雨

双赢

类同感理论

幽默塑造智慧

切忌主观偏见

沟通频道

认识人比认识钱更好

生命回声
性情中人
白鼠的可塑性
别逞口舌之强
饮食健康之道
英雄本色
震山之宝
美梦成真
心灵的囚犯
推倒心墙
无权悲观
切莫放弃
通识能力
天籁 :价值千金的神运与

魔力

积极的不和谐性
杰出人物特性
成功与成名
精神性的杰出
病态的杰出
鼎盛社会
换脑
变 :突破智障
智人有愚行
提升 韪
创意是经营的原动力
心智掌控

杰出者美妙吗
相对的方法 :模式还是环
境
三大要素 :沉思、发挥、调
整

未来的杰出
人道的杰出
寻回自我之旅
人本至尊
突破底层
一路攀升
尊荣与自在
自助与受助结合
相信本能
职场厚黑学
声望产业
成名的迫切性
从布什到克林顿
改变形象和推销观念
超常智能
时刻准备着
声望的起伏
屈尊策略
名惑
游戏规则
领域转换
软着陆

东山再起
知名度的回报
挑战人性
成事在人
雕塑素质
降天
分水岭
容纳自己
把成功模式注入大脑

强化幸福的电波
潜意识的奥妙
潜意识藏拙
一个心智 ,两种特质
烙印
暗示的力量
自命不凡
幸运之神

新新人类顶尖赢家

“知我者谓我心忧，不知我者谓我何求”。本书涵盖了人类众多迫切期望。我们要感到自身的重要，使我们的能力得到认可，处处能讨人喜欢，时时能为人所爱。掌握了本书要领，你在前进道路上就更加充满自信，运用新的力量发挥出潜在的或被遗忘的才能，驱散心头的阴云。

当然，时至今日，市面上介绍自助的书籍（还有音像制品）数不胜数。它们都声称能为你指引一条赢得成功或荣誉的途径。每个人都告诉你如何充满魅力，消除抑郁，获得巨大成功，等等。而它们所倡导的多种途径、技巧及原理都相互矛盾。其中的一些途径及原理就是由那些自诩为专家的人提出，而他们是否有资格教导你，这一点值得商榷。如果你曾经按照介绍自助之法的书籍所要求的做过，你会发现一切都是徒劳，原因在于：那些书的作者是在怂恿你依照他们所列举的成功之法去做——而不是走自己特色的成功之路。他们忽略了“成功，如同幸福，应因人而异”这样一个最根本的生活事实。各人的成功概念有很大差异，如同一个男人的美味佳肴会倒另一个男人的胃口；一个女人的玫瑰梦可能会成为另一个女人的噩梦一样。这就是为什么如果你真诚地希望摆脱昔日的失败与抑郁，获取未来的成功与欢乐，那么你首先必须学会确定什么才是你真正的奋斗目标，什么才是你真正的幸福追求。这是因为，如果你脑海中对此没有一个清晰的轮廓，你就会草率行事，四处碰壁，重复以前所犯的错误，浪费你的时间与精力。

现在我们明白此书旨在说明什么，就此做个测试。在你继续阅读这本书的同时，扪心自问以下重要问题：“此时此刻，我

想获得何种成功？”认真考虑什么才是你的首要追求。然后想象你久别的圣母突然出现在你的面前，许诺满足你最美好的愿望——但不谈任何条件。你必须能立即精确地告诉她那个愿望是什么！这句话的关键词是“立即”与“精确”。这就意味着你没时间去前思后想，改变主意或告诉她一个具体的愿望。你的答案会是什么呢？

毋庸讳言，有相当一部分人总是清楚地知道他们的欲求，并且一直在不遗余力地追求它。但我们中间其余的人对自己最为重要的目标，并不明确，还需要各方面的帮助，才能选择出正确的目标并实现它们。所以如果你在我们这个测试中，不能立即说出精确的答案，也不必焦急，你只要加入到我们的行列，我们会为你提供帮助。疑虑、恐惧、心神不宁等诸多消极因素都会给我们的未来蒙上阴影，对我们造成的负面影响甚至早在我们的儿童时期就有了。它们使我们不能认识到自己究竟是谁，我们真正应给予这个世界什么，以及如何去追求从我们的特定性格类型及能力方面来讲既正确又可实现的目标。令人欣慰的是，这些成功路上的局限与障碍完全可以超越。在你前进的道路上，你可利用生活中所获得的不带偏见的自我认识，以及你对自己目标及动机的日渐感悟去冲破局限，排除障碍；同时，也可为你的至爱亲朋更完善的人生助一臂之力。

改运：成败之间

忍

有些人对批评不可思议的畏惧。这些人仿佛活在扬·斯博尔曼的这句话中：“如有疑问，把它全归于自己。”

历史上最有成就的人，大多受到无情的批评，但他们坚韧不拔。人们最喜欢引用的例子是19世纪英国福音传播者乔治·怀特菲尔德。他比同时代其它人受到的诬蔑都要多，他的敌人

威胁要干掉他，而且买通了杀手，把他逐出教会，并下令他离开城镇。但他拒绝离开。他们把他锁起来，不让他进去，迫使他在街上传道。他们雇佣小丑穿上魔鬼的衣服去嘲弄他。他们向他扔烂泥、臭鸡蛋、烂番茄和切成一块一块的死猫肉。他们不止一次地向他扔石头，把他打得头破血流。

怀特菲尔德时代有许多名人都曾经对他大加痛斥，但是，这一切批评未能阻止他的传教事业。

成千上万的信徒涌到伦敦郊外的田野上听他传道。他给威尔士和苏格兰的矿工讲道，还成功地为孤儿院筹款。

怀特菲尔德每天大概要经历 四次“失败”，面对严厉批评，他并没有放弃。他知道他的事业是正确的，并且坚持下来。

大部分的人都非常害怕批评，这种害怕的根源从哪里来呢？众说纷纭，然而可以确定的是，这种害怕根植于人心。

服装设计师都懂得这个道理，他们利用人们害怕被批评的心理不断地变换服装花样，刺激消费。汽车厂家每年有不同款式的汽车，有人因为不愿被批评买不起新车，而采购新车。

然而，领导人每天要面对许多人，绝对不可能有一个领导人被所有人赞成，一定有反对者存在。任何一个决定也一定有人赞成，有人反对。但有的领导人不了解这个道理，他们非常在意反对者的批评，这妨碍了他做出迅速而有效的决定。

事实上，我们伟大领袖毛泽东主席也有人反对，何况凡人呢？所以千万不能太在意别人对你的批评，越是领导者越有人批评，假如你是个平凡人，那批评你的价值就不大了。

比如英国有一位小王子在学校经常被人欺侮，有的同学来踩他一脚，或打他一拳，这位小王子在学校过得很不快乐。但是当时只有心理学家知道为什么小王子会受欺侮，那些打他的人都知道他是小王子，将来会继承王位，他们就可以告诉别人：

“你看现在的国王小时候曾经被我打过！”原来人们批评别人的原因，就是希望通过批评别人来使自己具有重要性，尤其是批评那些重要的人。

人际关系专家卡耐基说：“没有人去路边踢一只死狗”。假如你去踢一只狗，一定是它显得非常凶猛，踢它可以消除你的害怕，甚至将它赶走。假如有一只狗它已经死掉了，躺在路边你还要踢它干什么呢？所以越有人批评，越显得自己具有重要性，有人批评你，他们想通过批评你使他们自己显得与众不同，这是大部分人经常有的心态。

所以领导者不能恐惧被别人批评，但是也一定要谨言慎行，注意自己的一言一行，一举一动。

然而，再注意也可能会有人批评，这时候，领导者就必须稳如泰山，只要你做的决定对大多数人有好处，不要在乎少数人的批评，人们更欣赏那些有魄力的领导者。

如果你害怕批评，你就把注意力集中于你确信正确的事业上，别管旁人怎么评价你。有些人总是成事不足，败事有余。恰如劳埃德·科里说的：“批评比创作容易一百倍”。

在日本企业界，经常流传企业家的修炼就是一个“忍”字，身为企业家假如没有耐性往往会因小事而铸成大错，日本人非常重视这个观念。

俗语说：“小不忍则乱大谋”，很多企业家们继承大笔遗产之后，便上任为公司的领导者。然而他们在继任之后，在还不知判断力是否正确之前，凡事都要向公司元老

高层管理者和有经验的人请教，大笔遗产不敢乱动，一直过了缘年、愿年完全熟悉经营之道之后，他们才敢大张旗鼓地干，这样才能在守城之后继续扩张。

然而，很多企业家的第二代在继承遗产之后，就肆无忌惮地

发挥他们年轻的冲动。可是他们不了解这个行业的经营之道，家产就败在第二代手上，这就是没有耐性的做法。

除此之外，每个领导者都要知道每个人来自不同的背景、不同的环境，有些人他们没有像你一样的思考模式，没有像你一样的学习能力，他们做一件事情可能要犯很多次错。

假如你没有耐性的话，那也不算是一个好的领导者。

领导者的工作就是要让每个部下人尽其才，你要发挥很大的耐性培养他。也许你对部下咆哮：“教你几百遍还不会，真蠢！”一句话就破坏了多年培养的关系。

不管在经营方面，还是在培训人才方面，都要发挥极大的耐性，甚至面临自己的创业失败也一样。企业家们从一开始，每年都赔钱，连续赔了 5 年，他们在 5 年当中甚至都吃不上饭，然而 5 年后当他们抓住某一个机会，就立刻赚了几千万。

假如他们第 5 年就放弃，他就不会赚到几千万。

假如你耐性不好，不能忍耐，不能战胜痛苦的话，可能你在第 5 年就放弃了。

各位朋友，如果你到现在还未成功的话，就请你继续坚持，继续忍耐，就继续等到第 5 年、第 10 年，甚至第 15 年、第 20 年，忍无可忍，仍须再忍。

天底下没有小角色，只有小演员。

差之毫厘，失之千里

世界上有很多成功的人，他们之所以会成功，一定有道理与方法。假如你还没有达到自己预期的成功，无法突破瓶颈，困难重重，你一定还没有找到失败的根源是什么。

“成功一定有方法，失败也一定有原因”，这句话非常有道理。

国际潜能大师杜云生之所以会在 46 岁的时候，能够以演讲

的方法或个人咨询的方法，成为行业中的顶尖之一，是因为他在过去的几年中，见到了世界第一名的人士，是他们把宝贵的成功经验分享给杜云生，然后借他们的经验，使用在自己身上，因此，能在很短的时间内产生很大的效益。

杜云生以前还不懂得怎么推销的时候，经常带着产品到处推销，到处碰壁，经常带着产品出去又带着满满的产品回来。

后来杜云生上了一些推销的课程，他见到了世界第一名的推销大师，也就是吉尼斯世界纪录的保持人乔·吉拉德。他能在世界上一直保持世界冠军纪录，一定有他的方法，于是杜云生下定决心跟他学习，随后，业绩大幅度提升。在一个月內，业绩超过原来的数倍，这是一个很惊人的速度，到目前为止，其业绩早已成长几十倍了。

杜云生以前自己摸索如何演讲，演讲的说服力总是不大，当他跟世界级的演说家学习之后，才了解如何发挥自己台上的演讲能力。

杜云生以前曾经跟朋友创业失败，因为不懂如何市场营销，当他和世界第一名市场营销大师见面，了解他的行销秘诀之后，其公司的业绩在短时间内突飞猛进，公司从事的教育训练，在国内目前来讲也是数一数二的地位，超越了很多的竞争对手。

只要你能找世界第一名来学习，你就一定可以得到最好的方法来使用。跟他们学习，可能要花一些时间和金钱，可是能够把他这一辈子最好的成功精华，也许是二三十年，三四十年成功的经验，短时间内学到，然后去使用它，也许一年时间就可以覆盖别人二三十年，甚至四五十年时间，这就是你要跟世界第一名学习的最大原因。

同时，他们也会把失败的经验教训与你分享。当你知道这些世界级人物做哪些事使他们失败，就知道哪些事不能重蹈覆

辍事情,因此可以节省下来非常多的时间。虽然杜云生认为自己还没有达到非常完美的境界,但却不断地要求自己,每天都要进步,每天都要做所要做的事情。

每一个人都要去学习成功者的思想,他们如何行动,然后再复制一遍,这样,即使不能达到跟他们一样的成就,也可以达到非常类似的效果。

你一定要找一个学习的榜样,这个榜样最好是世界级的,因为你唯独在世界级顶尖人物的环境中,跟最顶尖的人学习,才有办法让你突破,只有第一名能够使你成为第一名,第二名只能与你分享第二名的经验。

请问在任何运动比赛结束之后你对谁印象最深刻?当然是第一名,所有的人都记住了第一名是谁,没有人记住第二名是谁,可是第一名跟第二名只差了一点点。

在赛跑的时候,第一名跟第二名也许只差 ~~0.01~~ 秒,但是平庸与伟大就因此区分出来。很多事情都只在那一点点之间,只要你比别人好一点点,很可能就成为世界顶尖,只要你每天能进步一点点,就可能有很大的进步与成长,就像悉尼奥运会 ~~100~~ 米冠军麦可·强生,他花了 ~~10~~ 年的时间,使自己的成绩进步了 ~~1~~ 秒半,这 ~~1~~ 秒半也许是一点点,可是他却成了全球跑得最快的人,世界纪录也因此创下。

经营之神王永庆说:“当你站在海边,眼睛向上看 ~~100~~ 公分,看到的是一片海阔天空,一望无际,可是当你眼睛向下看 ~~100~~ 公分,就什么也看不到了。”人生都只在这一点点之间。

千万不要认为一点点的差别没什么,只要你能够持续跟别人有一点点的差别,长期下来你就会与别人拉开距离。

成功者都非常清楚这一点,所以他们能够成为最好的。

~~100~~ 奥运会马拉松第二名是谁?我从来没有印象。他不

是跑得不快,而是比第一名差了一点点。

世界首富山姆·威顿的资产高达 ~~四~~ 亿美金,比中国任何一位富豪都多出好几倍,他靠什么起家?——开食杂店。

他把食杂店变成连锁商场,后来成为全美的零售业王国,叫“威名百货”。

他开第一家商店的时候,虽然只是一家小杂食店,他的人生目标却是行业中的最顶尖,他知道一旦达到这个目标,所有的财富都会涌向他。

他每天做什么呢?他每天早晨 源点半起来工作,督促店里的员工提供最好的服务,一有空就跑到他的竞争对手的商店里,不断研究竞争对手,因为他的目标是要成为行业中的最顶尖,所以他必须确保自己所做的每一件事,每一个经营策略比对手好。因此,去竞争对手的商店看看。对方的价钱是不是更便宜?对方的货摆放是不是更美观?对方的服务是不是更优良?他不断地看他的对手做对了哪些事情?做错了哪些事情?他不仅吸取对手的经验教训,而且每当发现竞争对手比他做得好的时候,他就立刻想出一个办法,在那方面超越他的竞争对手,在他不断这样做的过程当中,成为零售业的国王。

要了解对方才有可能超越对方,要了解自己才能改变自己,请你养成一个习惯,研究你的竞争对手。

不要批评你的竞争对手,而要赞美对方,他们是你学习的对象,因为是竞争使你成长,你永远要了解对手为什么会成功?

要成功必须要做成功者所做的事情,同时你也必须了解哪些事情是失败者曾经做过的?自己不能再犯这样的错误,假如你做了成功者做的事情,同时你也做了失败者所做的事情,那样的效果是有限的。

想要确保你顶天立地,拥有百分之百的绝对优势,就要开始

不断地研究你的每一个竞争对手。

当你知道你的竞争对手在做什么 ,或者是他做得非常好的地方 ,一旦你了解的时候就应立刻想办法 超越他们。

你想成功的话 ,就一定要把目标定在世界上第一名上 ,只要你在任何领域循序渐进 ,你一定会赚钱的 ,任何行为的第一没有不赚钱的 ,开餐馆开到世界上第一名 ,麦当劳赚不赚钱 ? 非常赚钱 ; 拍电影拍到世界上第一名赚不赚钱 ? 一定赚钱的 ; 篮球运动员乔丹也是赚钱的 ,企业家做得最好 ,微软公司也是最赚钱的。不论在任何行业只要是最棒的 ,一定赚钱。

所以永远不要研究赚不赚钱 ,只要研究你是不是世界上第一名 ,世界上第一名潜能大师罗宾的演讲方法吸引许多人 ,他不但采用高科技 ,现场演讲充满活力 ,同时从不间断地向世界级人物学习。

世界上再好的东西都能锦上添花 ,世界上再好的技巧与方法都可以更上一层楼 ,因为世界上没有十全十美。

一定要培养百分之百的竞争优势 ,这样 ,你一定会成功、会赚钱 ,只要你是最好的 ,所有美好的事情都会发生在你身上 ,迈克尔·乔丹打球打到世界第一 ,他的篮球不用自己买 ,会有赞助商赞助给他。他的衣服不用自己买 ,厂商会赞助给他。

如果你打算在你的领域做到世界第一名的话 ,你现在应该研究超过谁 ? 迎头赶上 ,刻不容缓 ,在连续的竞争中 ,持之以恒 ,义无反顾。

品质至上

你去问任何一个成功的企业 ,他们一定会告诉你品质一定要第一 ,他们不会首先降低成本 ,因为降低成本 ,品质可能会降低 ,一定要先想如何提高品质。

只要品质提升了 ,顾客就会向你购买 ,因为顾客要买 就买

最好的,他们不想买次品。提升了品质,也意味着增加收入,他们再把钱投入到品质当中,如此良性循环,是他们成功的秘诀。

因为提升品质就是在降低成本,顾客总是希望以最低的价钱买到最好的,当你营业额增加的时候,这与降低成本没什么两样,假如你想降低成本的话,品质降低了,顾客反而会向别人购买,于是你的利润也就自然下降了。

在顾客可以付出的价钱的基础上提供最好的品质,没有任何一个顾客想用钱买一个次品,所以不管你做什么事情,一定要求品质,你的成就和你做出的品质成正比,你的财富也和你做出的品质成正比。

你必须考虑你现在的品质在你的行业中排名第几,你的名次决定你的成就,假如你能提高排名的顺序,你一定会成功的。

即使是小事也要追求品质,你公司里面上上下下都应该知道品质第一,有好的品质,再讲服务,在与同行竞争的时候也要讲品质。

假如品质不好,你想竞争策略,即使做广告,争创名牌,也是没有用的,假如你的品质非常好,你就非常容易竞争成功,因为品质好,自然取得不败之地,其他的广告策略、名牌等都是附属而已。

举例来说,假如有一家餐厅就算它服务很好,广告打得非常大,也非常漂亮,可是他做的菜不好吃,请问你能说他的服务好吗?能说他们是名牌吗?你能觉得他们的品质好吗?当然不能。因为顾客是来餐厅吃饭的,因此食物的品质就要好,你必须了解顾客需要的品质是什么,你应该怎样确定品质,品质是用顾客需要的眼光来判断的,而不是你自己的眼光。

同顾客聊天,让他们知道你更好的品质,更好的服务,当你能做到这一点,你就非常成功了。

虽然品质第一,但服务第一和其并没有矛盾,因为品质是服务的一部分,服务也是品质的一部分,它们是同等重要的。

只要不断地要求最高品质,同时完美服务,你一定会成功的。只要你能追求卓越,提供良好的服务,顾客一定会主动购买,他们会不断帮你宣传,帮你做活广告,同时他们会不断介绍新的顾客给你,这样你就会成功。

你的公司永远不会保障你的生存,只有顾客才能保障你。

当你有了品质第一,服务第一的理念之后,下一个步骤就是不断改善品质,不断改善服务。品质与服务不是一个结果,而是一个不断追求完美的过程,这是 联想公司的信念——追求卓越,完美服务,尊重顾客。

所以,一个领导者每天必须花至少 15 分钟的时间思考如何让企业的品质更好、产品的品质更好、做事的流程更轻松、提供的服务让顾客更满意,不管是在任何方面都要非常理想,无论是人际关系的品质,还是售后服务的效率。

只要你认真思考如何改善品质和服务?如何做到最好,超越顾客的希望与要求,永远比最好还更好?成功是必然的事情。

掌握成功两个最重要的关键:一个是一流服务,一个是最佳品质,你一定能够超越任何人。

天天进步

每个人对成功的看法都不一样,成功就是每天进步一点点——只要今天比昨天进步,明天能比今天进步一点点,这样的过程就是成功。

实际上,人生就是一个追求卓越的过程。为什么日本在二战中,被原子弹炸得体无完肤,可是在短短的几十年之后却成为经济强国?成功的原因究竟是什么?

当时日本在二战结束后,经济一片萧条,日本企业从美国请

来一位管理学博士，戴明博士去日本后告诉日本人一个观念——每天进步一点点，他说，企业只要能够每天进步一点点，这个企业就一定能够茁壮成长，这个简单的观念被日本采用了。

所以，日本的企业都在研究每天进步一点点，服务进步一点点，哪里还可以更进步？这个信念造就了松下、本田、三菱的成功，使日本快速成为经济强国，这就是后来日本人所说的“改善管理”。因此日本人几乎都不用发明任何新的东西，他们通常就是模仿，模仿别人已经有的东西加以改善，就像索尼发明的随身听，虽然他们不是发明收音机的人，可是能够把收音机改善成为随身听，就是这个信念。

到现在日本的先进企业最高荣誉奖是“戴明博士奖”，可见日本人对戴明博士的尊重程度之高。

后来美国福特汽车公司又把戴明博士请回来，戴明博士依然告诉福特公司：“每天进步一点点！”后来又让福特公司从倒闭边缘变成一年营业额超过 100 亿美金。

有一个篮球队教练也懂得这个观念，是 1975 年洛杉矶湖人队教练以年薪 100 万美金聘请他来当教练，帮助队员提升战绩。教练来到球队之后告诉 15 个球员：“可不可以罚球进步一点点，进攻进步一点点，防守进步一点点，投球进步一点点，每个方面都可以进步一点点？”球员一想：“这么容易，进步一点点当然可以！”于是湖人队成为 1975 年总冠军，教练说因为 15 个球员一年进步 1 个项目的 1/15，所以一个球员进步 1/15，全队进步了 1/3。

人生也是一样，只要我们每个人在人生中进步一点点，那么一年就进步 1/365 点，持续这样做，持续改善，进一尺是一尺，人生中任何一点点差距都有可能在几年后差距十万八千里。每天进步一点点，是我们工作所需要的，也百年大计。

《思考致富》的作者拿破仑·希尔之所以成功，就是因为他

知道比别人多走一里路,他愿意花 100 年时间付出,甚至为了完成事业与爱人离婚也在所不惜。

他不断强调要不断地多走一里路,这是他访问完世界 100 名知名的成功者得出的结论,然而这个观念到现在依然适用。

每一个成功者,他们永远都比别人多走一里路、二里路、三里路,甚至十里路,假如必要的话他们愿意多走一百里路。

现在开始请你比别人晚睡一小时来阅读,早起一小时来行动,打电话拜访顾客、做计划;当别人拜访 100 个顾客结束,请你拜访 101 个、102 个……当别人下班,请你继续加班,留下来多做一些事情;当别人出去玩的时候,请你找一个安静的地方来阅读,甚至上课;当别人想放弃的时候,你多坚持一点;当别人走累了,你多走几步路,这是自古以来古老的成功秘诀,你我应该永远都比别人多走一里路。

在风靡全球的畅销书《哈佛大学学不到》中,作者麦考梅克谈到,有一个人要跟麦考梅克出差,住在洛杉矶的一家饭店,清晨 5 点有人打电话给他,说想跟麦考梅克见面,并且说:“我并没有吵醒你对不对?因为我知道你每天 5 点半起床,5 点就工作。”

麦考梅克心想对方怎么了解自己的习惯,于是就问他:“你怎么知道我来洛杉矶住在这家饭店呢?”那个人说:“过去几个月我曾经调查过你,知道你来洛杉矶的时候住过这家饭店,饭店的人说你每次来洛杉矶一定会住这里,因此过去 5 个月中我每个星期都打电话到这家饭店,询问麦考梅克是否到这里来了?”麦考梅克问他说:“你为什么这样费心找我?”“我只想要跟你一起工作。”麦考梅克立刻接见并录取了他。

你一定要对每一个顾客有这样的了解,对每一个结交的朋友也有这样的了解。尤其是重要人物你更应该这样的了解,然

后适时提出符合他们胃口的想法，送一些他们喜欢的礼物，在适当的时候问候他们的小孩、家人，你在生意上一定会无往不胜。

记得有一次，我去一家企业为他们咨询策划的时候，见到那个老板与他共进晚餐，后来隔天我找不到他，别人也不知道，后来无意间打听到当天老板过生日，他不想告诉任何人，要独自与他的家人相聚，当时我知道这个消息的时候已是晚上 7 点。

凌晨，当时我买到生日蛋糕已是晚上 8 点，后来我又想买一张贺卡，但是太晚了仍然买不到，我想尽了办法，把商店的人叫醒得到一张生日贺卡，后来我又知道这个老板属猴，于是我在贺卡上制造了一只猴子的样子，然后上面写到：祝你生日快乐，你是最棒的！

当我凌晨 8 点到他的房间门口他已经睡着了，可是第二天清晨他起床的时候发现：“没有任何人知道我过生日，为什么有人送我生日蛋糕？而且还是在这么晚的时候送来的。”虽然已经过了生日时间，可是看得出来我在最后一刻得知他的生日，又这样用心，于是第二天他非常高兴地与我吃饭，并不断地表示感激之情，后来我与这位客户结交成非常好的朋友。

《孙子兵法》曾经说过一句话：“攻城为下，攻心为上”。我们每个人都要深深记住这句话。

攻心为上，你应该向调查局的侦探一样，仔细地了解每一个想认识的人，因为你越能了解对方，就越符合对方的需求，他们越是喜欢你，他们越是喜欢你，越愿意帮助你。

记住，一个人会成功不是他很会做生意，而是因为他很会做人。

看你如何对待小人物，就知道你是不是大人物。

很多人学了一点知识，有了一点点成就，甚至还没有什么成就的时候，态度就已经显得非常骄傲，在任何地方与人交谈都是