

# 让梦想 照进现实

## Making It Happen

Turn Your Good Ideas Into Great Results

### 将创意转化为成果的行动指南

(澳) 彼得·希汉 (Peter Sheahan) 著  
朱沛杰 孙爱娜 周琦 译



—定位—影响力—加速—自我重塑  
骤引导你实现创意



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

# 让梦想 照进现实

## Making It Happen

Turn Your Good Ideas Into Great Result

### 将创意转化为成果的行动指南

(澳) 彼得·希汉 著  
朱沛杰 孙爱娜 周琦 译



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Peter Sheahan: Making It Happen: Turn Your Good Ideas Into Great Results

Copyright © 2011 by Peter Sheahan

All rights reserved. This edition arranged with The Mary Cunnane Agency Pty Ltd through Andrew Nurnberg Associates International Limited

本书中文简体字版通过 The Mary Cunnane Agency Pty Ltd 和安德鲁·纳伯格联合国际有限公司授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2011-5701

#### 图书在版编目(CIP)数据

让梦想照进现实:将创意转化为成果的行动指南/(澳)希汉(Sheahan, P.)著;朱沛杰,孙爱娜,周琦译. —北京:电子工业出版社, 2011.11

书名原文: Making It Happen: Turn Your Good Ideas Into Great Results

ISBN 978-7-121-14612-1

I. ①让… II. ①希… ②朱… ③孙… ④周… III. ①成功心理—通俗读物  
IV. ①B848.4-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第189172号

责任编辑:刘淑敏

文字编辑:王璐

印刷: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开本: 720×1 000 1/16 印张: 13.5 字数: 194千字

印次: 2011年11月第1次印刷

定价: 29.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 [zltz@phei.com.cn](mailto:zltz@phei.com.cn), 盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线:(010) 88258888。

# 译者序

---

相信每个人的心中都有这样或那样的想法，可能是梦想和愿望，也可能是理想和抱负。也许你想让老板给你升职加薪，或者想在职场上得到贵人的提携；也许你想博取客户的信任，让其采纳自己的策划方案；也许你想自己当老板创一番事业，或者想寻找合伙人与你一同创业；也许你想说服难缠的股东们支持公司并购扩张的提案；也许你还想为帮助贫困地区的留守儿童做些更有意义的事情……然而并不是每个人都能够实现自己的想法。这是为何呢？

是因为我们身边没有值得效仿的榜样和楷模吗？不，我们自小就听说过不少伟人、名人成功背后的传奇故事，也听说过许多前辈的经验之谈。这些故事和经验都值得我们学习和借鉴。

是因为我们缺少让梦想成真的智慧吗？也不尽然。古往今来，中国的圣贤和西方的先哲早已为我辈留下了数不胜数、启人励志的名言警句：有志者事竟成；功夫不负有心人；一分耕耘，一分收获……这些古训今日闻之仍然如雷贯耳、醍醐灌顶。

本书的作者彼得·希汉认为，多数人只是空有想法，却不懂得如何让想法变成现实。彼得广泛吸收了营销学、心理学、行为学等学科的研究成果，结合自己的亲身经历和咨询个案，提出了兑现想法所必需的五大能力，并且绘制了一个逐步让梦想成真的路线图。

在本书中，彼得从务实主义的视角揭开了如何让想法成为现实的奥秘：



在现实世界中，一切都是以某种形式的交易为基础的，而要实现自己的想法就需要获得别人的支持，这也是一种交易。以此为前提，彼得进而论述了如何达成“交易”，以及如何在“交易”达成后追寻下一个梦想的过程。

作为译者，我从书中也获得了不少启发。由于本职工作繁忙、时间仓促，我不得不邀请几位共事的高校教师共同参与此书的翻译工作：孙爱娜（广东外语外贸大学翻译学硕士）、周琦（广东外语外贸大学商务英语硕士）、黄光艳（中山大学语言学硕士）。此外，我的好友兼校友、同样毕业于广东外语外贸大学的钟素玲女士，也义不容辞地向我伸出了援助之手。

在翻译此书期间，我们相互讨教、相互启发、相互指正、相互点评，让原本枯燥无味的翻译过程增加了不少乐趣，同时也为彼此带来了新的创作灵感。相信这次宝贵的合作经历对我们翻译水平的提高会大有裨益。在此，我一并向各位合译者的辛勤劳动表示衷心的感谢！

最后，还要感谢彼得与我们分享了他的创业经历、人生哲学和成功法则！祝每一位读者在看完此书之后有所收获、美梦成真！

# 前言

---

## 下一步怎么办

我希望，你的人生会因为本书而改变。

我相信，如果失去你的想法，这个世界将会更加贫瘠。不，错了！我并不这么认为。想法嘛，遍地都是，人皆有之。这个世界并不缺少想法，但缺少懂得如何用行动来兑现想法的人。

无论理想是什么，这并不重要。也许你想自己开公司当老板；也许你想为公司打造一款全新的令人叫绝的产品；也许你渴望创办一家致力于援助发展中国家的非营利性机构。这些都是了不起的想法。然而，成功并非取决于想法本身的好坏，而是取决于能否贯彻和落实这些想法。

这本书的价值就在于，让你学会将好的想法转化为好的结果。这本书也是为所有身负使命的人而写的。你应该明白我所说的使命是何意吧。在内心深处，你能感觉到机会近在眼前；你也知道自己命中注定是干大事的人，应当成就一番更伟大的事业。

请听我说！要让好的想法转化为好的结果，现在便是最佳的时机。目前全球正处于金融危机时期，而改变人生的机遇正是在动荡之中应运而生的。

最近一段时期，新兴产业如雨后春笋般涌现，随之诞生的还有新一代的百万富翁甚至亿万富翁。与此同时，社会责任的重要性越来越受到重视，由此衍生出一系列新的专业领域，不仅为创造性思维的蓬勃发展创造了空



间，而且也让人类社会变得更加美好。机遇无处不在。

有机遇，当然也有责任。干大事就是一种责任。你要有这种责任感！世界需要的，是你让自己的想法成为现实，是你为自己的天赋和才干创造出路。只有这样，你才能成为影响地球未来十年的实干家、企业家或社会企业家，才能成为引领人们生活方式与商业模式的标志性人物，才能在构建新世界和重新定义“地球公民”的过程当中扮演重要的角色。

你知道这就是你想要的。这些想法和渴望在你的脑海里不停地盘旋着。这一点我非常肯定，因为如果不是这样的话，你就不会买这本书了。我还知道你有一种使命感。你会为之奋斗吗？你会离开现在这家已经有较好发展的公司吗？你打算自己创业吗？你的社会公益项目又怎么样？在未来的五年时间里，你的人生会有意义吗？你想怎样对你的孩子和你孩子的孩子讲述自己的一生呢？他们会为你感到骄傲吗？他们会向别人讲述你的故事吗？你的一生会成为创造奇迹的典范吗？

这本书不是为所有人而写的，至少不是为了那些仍然不相信自己有能力成就伟大事业的人而写的，也不是为了那些甘愿充当小角色、喜欢平凡度日的人而写的。这本书是为了有冒险精神的人而写的。如果你看的励志书已多如牛毛，如果你已经厌倦思考未来的计划，那么这本书就是为你而写的。如果你总是在想“下一步该怎么办”，这本书也是为你而写的。这本书就是要呼吁人群当中的英雄行动起来，引导你将脑海中的想法、激情和渴望转化为有价值的有形结果。这是一本教你逐步实现梦想的书！

若要成功、准确地贯彻和落实自己的想法，就必须掌握五大能力模块，即包装、定位、影响力、加速和自我重塑。这些可不是打坐冥想的咒语，也不是对着镜子反复默念的自我暗示，而是实际行动，需要参照本书开篇的总图所列出的顺序予以执行。

上述能力将决定你能否成为懂得如何让梦想成为现实的人。它们代表着实干家与演说家之间的差距，也代表着富裕与贫穷之间的差距。

下面，我将逐一介绍这些能力并解释它们之间的协同作用。同时我还

会告诉你，为什么那些让梦想照进现实的人会有意或无意地运用这些能力。

1. 包装：将自己的想法转化成可以在市场上推销出去的提议。
2. 定位：将自己的提议与市场需求相结合，即使这需要你去推动市场。
3. 影响力：让买家相信他需要你的提议！说服买家投入他宝贵的时间、金钱和精力。
4. 加速：最大化地利用自己所创造的机会，进一步扩大市场需求。
5. 自我重塑：利用自己的品牌和专长开拓全新的机遇。

让我来解释一下整个流程。**包装**可以将笼统、宽泛的想法逐渐具体化，从而将想法转化为一个在真正意义上具有商业价值且能够引起买家兴趣的提议。只要发挥想象力且果敢地采取行动，就能够用适当的语言将抽象的愿望变成具有商业价值的具体提议。

你的脑海中也也许有这样一种印象：“包装”只适用于真实的实物产品。不过时至今日，许多产品已经不再是实物了。包装的意义在于，通过某种方式表达自己的想法，最终达到说服买家购买的目的。也许你会发现，你的某些想法之所以“永世不见天日”，原因之一就在于你没能把自己所向往和理解的想法转变成别人同样向往和理解的想法。

但这还远远不够。在市场中，你和买家之间存在着厚厚的屏障。这些屏障可能包括买家身边的私人助理、买家拒绝透露的电子邮箱地址，或者是阻止你接近买家的安保人员和系统等。因此，传统的商务提案并不管用。你得进一步完善自己的提议，让它进入目标买家的“雷达”。这便是所谓的**定位**。定位是对一个仍然过于宽泛的商务提案继续进行细化处理，让它像激光一样聚焦在买家的身体和心理屏障最脆弱的部位。而所谓的脆弱是指在特定时间里市场不得不接受或迎合的特性。定位有助于将提议与让人无法拒绝的市场需求相结合。

一旦进入买家的“雷达”或后文中所说的“心理屏障”，就必须完成交易。要知道并不是每个进入买家“雷达”的人都能大赚一笔，更多的人是



空手而归，带走的只有没能成交的遗憾。因此你必须达成交易。在这个时候，影响和动员买家采取行动的能力显得至关重要。简言之，你必须说服买家，让他相信你就是最适合的卖家，并且敦促他采取实际行动。这就是所谓的**影响力**。

在最终拿下买家之后，你的想法已经获得了初步的支持。这时应该用同样的或更少的努力来争取更多的买家，或者向同一个买家销售更多的东西。这便是“杠杆效应”。既然你能说服一个人支持你的想法，那为什么不能说服几百、几千甚至几百万人呢？好消息是，你已经完成了最困难的任务。你已经被买家所接受，并且赢得了他的信任。而“**加速**”将会告诉你如何利用这种信任产生更大的影响。这似乎令人难以置信，但第一次销售、第一笔捐款、第一张投票总是最难获得的。这个时候也就是通常所说的临界点。在你面前有一个“乘胜追击、扩大战果”的机会。而“加速”则是把握这个机会的关键。

值得庆幸的是，买家身上的“罩门”通常不止一个。换句话说，一旦你满足了买家的一个需求，他就会委托你满足其他的需求——记住，处于这个阶段的客户、捐助者和支持者可能有很多。事实上，买家会主动找上门来，因为他知道只有每天和自己打交道的少数人才能履行和兑现他们承诺的价值。这个时候，你已经处在买家“心理屏障”的内侧，也就是在买家的“信任圈”内。这就为你扩展市场、开拓新业务和销售更多的产品创造了机会。而且，你已经知道如何将想法变成现实了，那为什么不将这些知识应用到其他在脑海里盘旋的想法中呢？然而这种机会并非纯粹靠好运气和偶然性，而是需要第五大能力即“**自我重塑**”来实现的。

在踏上我们的旅途之前，我想多说几句：你有一种使命感，所以你应该获得巨大的成功。当你意识到自己有能力大展宏图的时候，都难免会产生这样一个疑问：“下一步怎么办？”答案就在本书中。

你有能力让梦想照进现实，也应该让梦想成为现实，而且你会享受这个过程。说得够多了。现在让我们出发吧！

# 作者简介

---

彼得·希汉（Peter Sheahan）致力于同全球各行业的领军人物合作，帮助他们转变思维，发现常人难以发现的机遇。他的客户包括新闻集团（News Corporation）、谷歌（Google）、希尔顿酒店（Hilton Hotels）、葛兰素史克公司（GlaxoSmithKline）、哈雷戴维森摩托车公司（Harley-Davidson）、思科系统公司（Cisco Systems）和高盛集团（Goldman Sachs）。

彼得曾经当过短期的会计实习生，而后投身酒店业，年仅 19 岁便在一家总投资为 500 万美元的酒店当上了总经理。自此之后，他逐渐成长为一位成功的企业家，并且在两家总值数百万美元的企业担任 CEO。彼得在思想领导力领域颇有建树，且享有盛誉，同时他还是技能发展中心（Centre for Skills Development, CSD）的 CEO。CSD 专门从事大规模的社会发展公益项目，其客户包括澳大利亚联邦银行（Commonwealth Bank of Australia）和 IBM 等。

2003 年，彼得荣获新南威尔士州（New South Wales）“年度青年企业家”称号。2006 年，他又被同行评选为澳大利亚首屈一指的演讲家。他对商业潮流、顾客和员工复杂多变的需求等问题有独到的分析和见解，因而经常担任福克斯商业（Fox Business）、美国广播公司（ABC）和英国广播公司（BBC）等网络电视的主持人和嘉宾。2008 年彼得受邀作为专家，出现在美国 CNBC 电视台一部 5 集纪录片《创新》（Innovations）的镜头前。他的名字还经常见于《华盛顿邮报》（Washington Post）和《快速企业》（Fast



Company) 杂志的报道。

彼得至今出版过 5 部著作,其中包括两部畅销书——《Y 世代》(*Generation Y*) 和《翻转》(*Flip*)。此外,他还曾在 15 个国家做过 2 000 多场演讲,观众超过 30 万人次。

彼得与妻子 Sharon 及他们的两个孩子 Maddy 和 Tom,现居住在美国的科罗拉多州 (Colorado)。

## 第 1 篇 包装 ●●●

包装将你的理想变成具有商业价值的“提议”。

第1章 “玩转”世界的真理 / 3

第2章 “好想法”进化论 / 11

第3章 “好提议”是怎样练成的 / 17

## 第 2 篇 定位 ●●●

精确的定位可以将你的提议与市场需求相结合。

第4章 蓝焰法则 / 29

第5章 定位也要有“专攻” / 37

第6章 创造难以抗拒的需求 / 53

第7章 推动市场 / 67

## 第 3 篇 影响力 ●●●

影响力可以说服买家向你购买他所需要的东西，而且是马上购买！

第8章 故事与材料定位2.0 / 85



第9章 买家 / 93

第10章 卖家 / 119

第11章 销售 / 143

## 第4篇 加速 ●●●

加速就是用相对来说最少的时间和努力，迅速增加市场对你的提议的需求。

第12章 杠杆效应 / 153

第13章 规模效应 / 161

第14章 平台效应 / 171

## 第5篇 自我重塑 ●●●

将你的号召力扩展到那些激动人心的新领域。

第15章 永不停止追梦之步 / 181

第16章 上演属于你的变革 / 189

结语 去吧！让你的梦想照进现实！ / 199

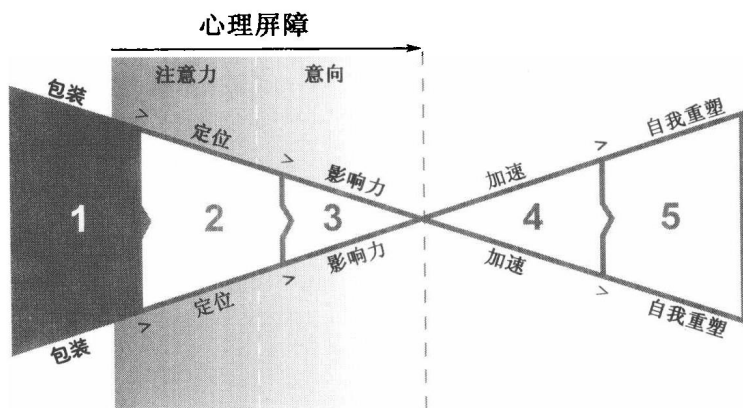
致谢 / 201



## 第 1 篇

# 包装

■ 包装可以把你的理想变成具有商业价值的“提议”。



心理屏障：包装





## 第1章 ●●●

# “玩转”世界的真理

是什么原因让你买下了这本书？实话实说吧！

是因为你心有所想，对吧？想获得更大的成功？赚更多的钱？还是想得到更大的影响力或权力？因为渴望程度是如此之强烈，所以你愿意花些时间、金钱和精力从这本书中找到能够让你梦想成真的一些门道，对吧？

不要纠结，这是件好事。奇思妙想正是在渴望中诞生的。问题在于，想法诞生时仅仅是一种理想。而我们在将想法转化为结果的过程中所犯下的第一个错误往往是：我们对自己的渴望想得太多，而对自己能够给予别人什么、如何成人之美却又想得太少。

理想的“缺点”在于很难推销出去。

在这个世界上，没有人会从早到晚地想着如何让你的想法“开花结果”，大家都忙着解决自己的问题，实现自己的愿望。因此，要想实现你的愿望，就必须包装自己的想法，让买家认为支持你的想法也可以满足他们的愿望。

我知道，这些关于推销、给予和包装的大道理，或许会让那些缺乏生意头脑的人感到汗颜，又或许听起来有些虚情假意，就像政治游戏（也曾有人称之为“博弈”）一样。好吧，本着坦诚待人的精神，请恕我直言：这



就是游戏，而且是个超大型游戏。你不必喜欢这个游戏，但若要美梦成真，你最好学会游戏规则。

人生好比一场游戏——确切地说，是一个围绕所有企业、组织和市场的复杂的政治生态环境，如权力游戏、流行词语、预算约束、唱高调或唱反调、坚持既定策略或偏离既定策略等。懂得如何包装自己的想法并激发其他游戏玩家的兴趣，是让想法变成现实的过程中非常重要的一步。谁也无法摆脱这个游戏！要让梦想成为现实，就必须满足别人对金钱、选票或影响力的渴望，而且必须让别人相信，你的想法能够给予他们这些东西。在这个游戏当中，“予人所欲”远比“畅谈理想”更受欢迎。

看到这里，你肯定已经坐不住了。你也许在想：“这是不对的，不应该和选票、权力或金钱扯上关系。”不过，恐怕你要失望了，这个世界并不是你想的那样。但好消息是，越来越多的人所在乎的，已经不仅仅是支配生活的金钱了。有些人更愿意把钱花得更有意义。

瑜伽行业就是最好的证明——年均产值超过 30 亿美元。原因何在？因为人们觉得可以在瑜伽当中找到平衡感和生命的意义。另外，一些企业如澳大利亚联邦银行，多年来为培养下一代的理财技能和知识投入了大笔资金。据我所知，不少国家还将大量的政府拨款用于解决失业、种族矛盾、教育落后等重大社会问题上。

换句话说，梦想可以不为金钱，也不为个人利益，但是实现梦想最终还是要以某种交易为基础。

或者再换个说法，任何东西都有市场。了解这一点及其他三个原则，是掌握第一种能力“包装”的基础。你必须牢记以下几个原则。

1. 任何东西都有市场。
2. 你永远是卖家。
3. 市场永远是供大于求。
4. 市场都有衡量价值的方式。