

涉外秘书实务

SHEWAI MISHU SHIWU

谭一平 史玉峤 符海玲 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

涉外秘书实务

谭一平 史玉娇 符海玲 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书从理论联系实际、解决秘书日常工作中的困惑和难题出发,以突出职业秘书的基本素质和技能为特点,以培养跨文化沟通能力为重点进行编写。同时,本书配有大量的案例分析、技能实训及专业英语会话练习,分别从秘书工作概述、从事秘书工作的基本条件、秘书的工作知识、人际关系与沟通、礼仪与接待、秘书的基本技能、职业生涯规划及作为助理应具备的经营常识等八个方面对涉外文秘工作进行了介绍。

本书既可作为相关院校涉外文秘专业的教材使用,也可作为在职涉外文秘人员的日常参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

涉外秘书实务/谭一平,史玉娇,符海玲编著. —北京:北京大学出版社,2011.10

ISBN 978-7-301-18075-4

I. ①涉… II. ①谭…②史… ③符… III. ①三资企业—秘书学—高等学校:技术学校—教材 IV. ①F276.43

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 220866 号

书 名: 涉外秘书实务

著作责任者: 谭一平 史玉娇 符海玲 编著

策划编辑: 周 伟

责任编辑: 傅 莉

标准书号: ISBN 978-7-301-18075-4/F·2642

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电子信箱: zyjy@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62754934 出版部 62754962

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 13.75 印张 335 千字

2011 年 10 月第 1 版 2011 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 27.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: (010)62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前言

随着改革开放的深化,我国的外资企业越来越多,从事涉外秘书工作的人也越来越多;与此同时,外资企业对文秘人员的素质和能力的要求也越来越高。因此,无论是各学校涉外文秘专业的师生,还是广大的在职涉外文秘人员,都迫切需要一本理论联系实际、解决日常工作中的困惑和难题的教科书。与传统的同类教材相比,本书具有以下两大特点。

第一,突出职业秘书的基本素质和技能,同时配有大量的案例分析,以提高学生的学习兴趣 and 教师的教学效果。

第二,注重跨文化沟通能力的培养,同时配有大量的专业英语会话练习及拓展阅读。涉外秘书首先要有较强的专业英语沟通能力,但仅有较强的外语表达能力还不足以胜任涉外秘书一职,协助外籍上司工作还必须具有相当的跨文化沟通能力。所以,本书安排了专门的章节讲解沟通技巧,特别是跨文化的沟通技巧,以培养学生的跨文化沟通能力,这在同类教材中是独一无二的。

需要特别说明的是,由于教学安排和篇幅有限等原因,本书未对写作和档案管理这两项秘书应具备的基本技能进行具体讲解,编者将在另外的教材中作详细的介绍。此外,关于本书中案例分析的参考答案,读者既可登陆北京大学出版社的相关网站下载,也可在本人的“一平工作室”(www.tanyiping.com)下载。

与以往的涉外秘书教材相比,本书无论是在理念上还是在内容和结构上都有很多创新。在编写过程中,本书得到了北京物资学院的李明怡、张娇、周祎帆、孔丽娟、李筱叶、刘薇、孟阳等人的帮助,在此表示感谢。

尽管本人竭诚努力,但由于水平有限,本书仍有种种不足之处,所以,本人期望与广大师生多多交流。因此,欢迎读者登陆本人的“一平工作室”(www.tanyiping.com),对本书给予批评指正,以便在将来修订完善。

另外,本人在此声明:不管以何种方式使用本书的原创性故事和案例,都必须经本人授权,否则将被视为侵权行为,本人保留追究侵权行为的权利。

谭一平

二〇一一年七月于北京

目 录

第一章 秘书工作概述	(1)	八、有上进心	(17)
第一节 秘书的定义及其作用	(2)	九、幽默风趣	(17)
一、秘书的定义	(2)	第三节 秘书的能力要求	(17)
二、秘书的作用	(2)	一、判断能力与执行能力	(18)
三、助理、秘书与文员的区别	(3)	二、理解能力与洞察能力	(19)
第二节 秘书工作的起源	(4)	三、信息收集能力和写作能力	(19)
一、我国古代秘书的起源	(4)	四、记忆力	(20)
二、现代意义秘书的诞生	(4)	五、交流沟通能力	(20)
三、秘书的性别	(5)	六、OA 操作能力	(20)
第三节 领导人选择秘书的标准 ...	(5)	第四节 秘书的知识要求	(20)
一、容貌端庄	(5)	一、秘书必须成为“常识家”	(20)
二、为人稳重	(5)	二、一般社会生活常识	(22)
三、经验丰富	(6)	三、母企业所在国常识	(23)
第二章 从事秘书工作的基本条件 ...	(7)	第五节 保守机密	(23)
第一节 做好从事秘书工作的各项		一、保密的重要性	(23)
准备	(8)	二、日常保密	(24)
一、成为标准的白领	(8)	三、保密不是封闭	(24)
二、具备做好秘书工作的		第三章 秘书的工作知识	(29)
“使命感”	(13)	第一节 上司与秘书的工作	(30)
三、学会使用职场语言	(13)	一、企业与上司	(30)
四、遵守上下班时间	(13)	二、上司与秘书的关系	(30)
第二节 秘书的素质要求	(14)	三、秘书的工作内容因上司	
一、认真	(14)	而异	(31)
二、诚实	(15)	第二节 秘书的工作内容	(31)
三、谦逊	(15)	一、日常工作	(31)
四、合群	(15)	二、当上司不在办公室	(32)
五、宽厚	(16)	三、发挥主观能动性	(32)
六、自信	(16)	四、注意“越位”问题	(32)
七、缜密	(16)	五、工作出现失误之后	(33)



第三节 秘书的工作特点	(34)	五、沟通与人际关系的 相互作用	(57)
一、需要自己马上拿主意的 事情多	(34)	第二节 处理人际关系的基本 原则	(57)
二、工作的内容变化快	(34)	一、实事求是	(57)
三、一心多用的时候多	(34)	二、为人谦逊	(58)
四、忙闲苦乐不均	(35)	三、不卑不亢	(58)
第四节 接受指示与执行指令	(35)	四、尊重公司潜规则	(59)
一、接受指示	(35)	第三节 与上司的关系	(59)
二、服从指令	(36)	一、了解上司	(59)
第五节 请示与汇报工作	(36)	二、协助上司工作	(62)
一、请示的方法	(36)	三、与上司形成默契	(63)
二、汇报的方法	(37)	四、与新上司的关系	(63)
第六节 给上司提醒与建议	(38)	五、正确对待上司的“毛病”	(64)
一、注意提醒上司	(38)	六、与外籍上司相处	(65)
二、给上司提建议	(39)	第四节 与其他秘书及其他方面的 关系	(66)
第七节 提高工作质量与效率	(41)	一、与其他秘书的关系	(66)
一、质量意识	(41)	二、与公司各部门的关系	(67)
二、制订工作计划	(41)	三、与客户的关系	(69)
三、工作程序化	(42)	第五节 沟通的基本功	(70)
四、分清工作轻重缓急	(42)	一、“听”的学问	(70)
五、合理利用空余时间	(43)	二、“说”的艺术	(71)
六、工作创新	(44)	第六节 与上司沟通的五大 技巧	(73)
第八节 养成良好的职业习惯	(45)	一、倾听的技巧	(73)
一、换位思考	(45)	二、提问的技巧	(74)
二、勤做笔记	(45)	三、表示敬意和感谢的技巧	(76)
三、坚持写日记	(46)	四、报告的技巧	(78)
四、说话“铺垫”	(47)	五、提建议的技巧	(79)
五、首先倾听	(48)	第七节 协助外籍上司沟通	(80)
六、不耻下问	(48)	一、价值文化的冲突	(80)
七、起草腹案	(48)	二、思维方式的冲突	(83)
八、日事日清	(48)	三、管理方式的冲突	(86)
第四章 人际关系与沟通	(53)	四、企业文化的冲突	(89)
第一节 概述	(54)	五、言语行为的冲突	(91)
一、人际关系与沟通的含义	(54)	六、非言语行为的冲突	(94)
二、处理好人际关系的意义	(54)		
三、构筑人际关系的基础	(55)		
四、有效沟通的意义	(56)		

第八节 秘书的情商	(97)	一、每天早晨的工作	(138)
一、情商的基本内容	(97)	二、日常资料的处理	(139)
二、情商对于秘书的意义	(99)	三、给上司送材料的时间和 顺序	(144)
三、提高情商	(99)	四、邮件的收发	(145)
第五章 礼仪与接待	(105)	五、上司的保健	(146)
第一节 概述	(106)	第二节 信息收集	(146)
一、礼仪的基本概念	(106)	一、收集信息的基本要求	(147)
二、秘书与礼仪	(107)	二、信息的基本内容	(148)
第二节 秘书的形象要求	(108)	三、信息的来源	(149)
一、打扮的基本原则	(108)	四、收集信息的技巧	(150)
二、仪表的要求	(108)	五、信息的筛选	(151)
三、举止优雅	(109)	第三节 上司的日程管理	(152)
四、情绪管理	(110)	一、日程管理的意义和内容	(152)
五、健康的生活方式	(110)	二、日程管理的原则	(153)
第三节 接打电话	(111)	三、制定日程表的方法	(153)
一、基本要求	(111)	四、制定日程表的注意事项	(156)
二、接转电话	(112)	五、日程表的管理	(156)
三、拨打电话	(114)	六、安排约见的基本原则	(158)
第四节 接待客人	(115)	七、拜访客户的注意事项	(159)
一、接待的基本要求	(115)	第四节 会务工作	(160)
二、前台的工作规范	(116)	一、会前的筹备工作	(160)
三、接待客人的要领	(118)	二、会中的服务工作	(163)
四、接待中意外情况的处理	(120)	三、会后的扫尾工作	(165)
五、接待投诉的客人	(121)	四、电视电话会议	(166)
第五节 与外籍员工交往的 礼仪	(122)	五、参加外部会议	(166)
一、问候	(123)	第五节 出差实务	(167)
二、介绍	(124)	一、出发前的准备工作	(167)
三、告别	(124)	二、上司出差期间的工作	(169)
四、请求	(125)	三、与上司一起出差	(170)
五、道歉	(125)	四、到国外出差	(171)
六、感谢	(126)	五、出差归来的工作	(171)
七、提议	(126)	第七章 职业生涯规划	(175)
八、恭维	(127)	第一节 职业生涯规划的含义与 意义	(176)
九、拒绝	(127)	一、职业生涯规划的含义	(176)
第六章 秘书的基本技能	(137)	二、制定职业生涯规划的意义	(176)
第一节 管理上司的办公室	(138)		



第二节 秘书工作的发展趋势 … (177)

一、秘书工作的综合化 … (177)

二、秘书工作的信息化 … (177)

三、秘书工作的国际化 … (178)

第三节 制定职业生涯规划的

依据 … (179)

一、社会对秘书工作的新

要求 … (179)

二、把握自己的价值观 … (179)

三、秘书的职位优势 … (180)

四、如果不适合做职业秘书 … (182)

第四节 制定职业生涯规划的

方法 … (183)

一、确定职业目标 … (183)

二、了解职业目标的素质与能力

要求 … (183)

三、根据职位要求制订学习

计划 … (183)

四、对职业生涯规划的修订 … (184)

第五节 自我提升 … (185)

一、充分发挥主观能动性 … (185)

二、提高工作的含金量 … (186)

三、充分发挥职务优势 … (186)

四、在“打杂”中创造机会 … (187)

五、将上司当作学习的楷模 … (188)

第六节 自我管理 … (189)

一、学习管理 … (189)

二、健康管理 … (190)

第八章 作为助理应具备的经营

常识 … (193)

第一节 企业管理常识 … (194)

一、公司常识 … (194)

二、公司产品(服务)常识 … (195)

三、人力资源常识 … (195)

四、市场营销常识 … (195)

五、生产管理常识 … (196)

第二节 财会常识 … (197)

一、会计常识 … (197)

二、财务常识 … (199)

三、支票常识 … (200)

四、税务常识 … (200)

第三节 法律常识 … (201)

一、《中华人民共和国公司法》 … (201)

二、《中华人民共和国合同法》 … (202)

三、《中华人民共和国劳动法》 … (202)

四、《中华人民共和国专利法》 … (203)

五、《中华人民共和国商标法》 … (204)

第四节 统计学常识 … (205)

一、绝对数 … (205)

二、相对数 … (205)

三、平均数 … (206)

四、发展速度 … (207)

五、增长速度 … (207)

参考书目 … (209)

第一章

秘书工作概述

第一节

秘书的定义及其作用

一、秘书的定义

长期以来,秘书作为一种职业在人们心目中的形象犹如云雾缭绕的庐山,横看成岭侧成峰,远近高低各不同。在一部分人看来,秘书长相漂亮,地位显赫,出尽风头;但在另一部分人的眼中,秘书缺乏个性,默默无闻,专为他人作嫁衣裳。“秘书是上司的助手”、“秘书是上司最重要的商品——时间的管理者”,与这些倾向于积极的评价相反,也有消极的评价,如“秘书是上司的传声筒”等,各种评价,不一而足。

那么,秘书到底是什么?秘书是为上司(即秘书的直接领导,本书下同)而存在的,没有上司就不会有秘书这种职业。因此,要了解“秘书”的含义,就必须先了解“上司”是做什么的。

由于行业和职位的不同,“上司”们的工作千差万别,有的搞实业,有的做贸易,但他们工作的本质都是一样的,那就是“决策”。在现代企业里,随着市场竞争日益激烈,现代企业领导人的决策风险也越来越大,而且企业规模越大决策风险也就越大。他们在日常工作中经常需要面对各式各样的问题,如人事问题、市场问题、新产品研发问题等。面对这些问题,他们常常被迫做出各种决策,而且,这些决策又必须是明确的和及时的。因此,如果没有人帮助他们处理日常工作中的杂务,事事都需要他们亲力亲为的话,那就很难保证他们的决策是科学而且及时的。如果企业领导人的决策不能做到科学而且及时,就有可能影响企业的发展,甚至影响企业的生存。如果是上市公司的领导人,他们不仅要对公司所有的员工及员工的家属负责,而且还要对公司所有的股东负责,不仅如此,他们还要对所有的经销商和供货商负责,由于他们的产品已进入千家万户,因此,他们还必须对整个社会负责。因此,如果企业领导人的决策稍有失误,那它不仅会影响企业的发展,而且还会造成严重的社会影响。

为了让领导人的决策做到科学而又及时,就必须为他们创造一个良好的决策环境。所以,秘书的定义是“秘书是为上司创造最佳环境的人”。

二、秘书的作用

领导人所需的决策环境可分为“硬环境”和“软环境”,或者可称之为“有形环境”和“无形环境”。所谓良好的“硬环境”,就是指领导人办公室要做到整洁与舒适,领导人在决策时不易受外界的影响和干扰,能保持一个良好的心态,所以,这就需要秘书为他们整理办公室、转接电话、招待客人甚至处理一些个人事务。所谓良好的“软环境”,是指领导人在决策过程中,要有充分、及时而又准确的决策信息。只有具备充分、及时而又准确的信息,领导人才能

做出科学而又及时的决策,所以,这就需要秘书为他们收集和整理各种信息。简而言之,企业为领导人配备秘书,就是让秘书协助上司处理他们工作中的杂务,以便让领导人能专心致志地工作。从这个意义上来说,秘书的工作就是为上司“打杂”。

三、助理、秘书与文员的区别

目前,越来越多的企业设置了“助理”的职位,但事实上我国目前对“助理”、“秘书”和“文员”这几种职位没有进行严格的区分。在我国大多数的企业中,秘书的职责范围并不是十分明确,他们要负责的工作范围很宽,因此,他们常常被称为“不管部部长”。

从现代人力资源学的角度来看,助理、秘书和文员这三者同属于“秘书”的范畴,它们在本质上没什么区别,只不过是在分工上略有不同。所以,要给助理、秘书与文员作一个明确的区分十分困难,最多只能勾勒一个大致的轮廓。

日本著名学者田中笃子在其《秘书的理论与实践》^①一书中将秘书的日常工作分为四个层次,并称之为“钻石图”(如图 1-1 所示)。

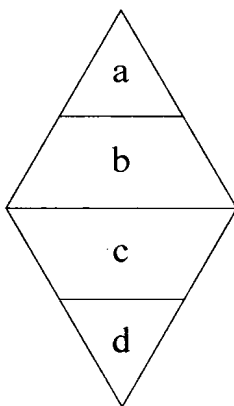


图 1-1 秘书工作“钻石图”

“钻石图”中的 a 部分工作是指参与企业经营决策、协调与各方面的关系和负责秘书部门的管理等工作,b 部分工作包括上司办公室的管理、负责文件起草、信息收集、日程安排、上司出差准备等工作,c 部分工作包括为上司接打电话、接待客人、收发邮件等工作,d 部分工作主要是负责办公用品管理、安检、卫生等行政后勤工作。

从这个“钻石图”可以看出,从事 a 部分的工作一般是办公室主任这类人,它实际上属于企业管理的范畴,不是严格意义上的“秘书工作”。同样,d 部分的工作也不是严格意义的“秘书工作”,它属于行政后勤工作的范围。只有 b 和 c 才是我们通常所说的“秘书工作”。因此,现在人们习惯上这么理解:

助理 = a + b

秘书 = b + c

文员 = c + d

^① 谭一平译,高等教育出版社。



第二节

秘书工作的起源

一、我国古代秘书的起源

我国的秘书工作到底起源于什么时候,目前学术界似乎还没有定论,有的学者认为我国的秘书工作起源于部落联盟的昌盛时期,即黄帝至禹时期,距今约在四千五百年至四千一百年之间;也有学者认为秘书工作诞生于殷商后期,距今约三四千年之间。

在古代原始部落里,每个首领的身边总有几个贴身的人,这些人协助首领对内渔牧开荒,对外或战或和,他们虽然还不具备秘书的意识,但他们已为现代秘书的作用定下了基调。当然,那个时代的辅助作用仅是单纯的日常事务,也许是在文字出现之后,部落首领或族长们才觉得有必要将自己的命令记录下来,秘书这种职业才算真正诞生。不管我国古代秘书到底起源于哪一年,从秘书的职责是辅助领导的工作这个意义上来说,早在人类还处于原始部落的时代秘书就已经诞生了。可以说,秘书是我们人类历史上最古老的职业之一。

二、现代意义秘书的诞生

作为一种正式的社会职业,现代意义上的秘书是在发明打字机之后才正式形成的。打字机是1714年由汉利米尔(Henry Mill)发明的。打字机一诞生就大大提高了一直以来用手抄写文件的效率。打字机提高打字效率,再加上精美的印刷,于是打字和印刷就逐渐成为办公室里的时尚和必备,这样又大大加快了打字机的普及速度。当然,这一切与产业革命带来的生产效率的提高以及伴随而来的大量的文件处理的需求是分不开的。

打字机的出现再加上速记法的改进大大提高了办公室的工作效率。秘书要能够用速记将上司口述的指示迅速地用打字机打出来,形成正式的文件,这逐渐成为欧美国家雇佣秘书的首要条件。长期以来,速记和打字是秘书的两大基本技能,直至20世纪70年代,在录用秘书的考试中,速记仍然是考试的重点。

欧美国家的女性秘书真正引起社会关注是在第一次世界大战期间。在此之前,在欧美国家的企业中,经营管理基本是男性的天下,很少有女性进入。由于上前线打仗男性人手不足,于是雇主们开始增加录用女性。那时人们认为女性比男性更容易掌握打字和速记的技能,而且女性大多不会拒绝从事薪水较低的辅助性工作。因此,雇主们开始录用大量的女性来给男性从事辅助工作,女性不仅薪水较低,而且比男性更适合从事打字速记这类的工作,于是,女性秘书作为一种正式的社会群体进入社会舞台。

三、秘书的性别

目前在发达国家,女秘书的比例都高达90%以上,我国女秘书的比例也越来越高,这一点在快速成长的民营企业中尤为明显。就秘书工作本身来说,应该是没有性别差别的,无论是会议准备还是起草文件,男秘书和女秘书都要一样地完成,标准相同。但是,这并不否定由于性别特点而使男女秘书在工作中各自具备优势。一般来说,男秘书在知识结构、组织能力等方面占有一定优势,并且还有方便陪同上司出差和应酬等优势。而女秘书有工作细心、善于沟通等优势,事实上,女秘书的细致、耐心都常常让上司的工作受益匪浅。

第三节

领导人选择秘书的标准

一、容貌端庄

上司在选择自己的秘书时一般都有自己的偏好,有的喜欢性格开朗的,有的喜欢美貌的,有的喜欢勤快的,有的喜欢沉稳的……尽管选择的标准各不相同,但最终对“好”秘书的看法都基本相似:作为一个秘书,首先必须容貌端庄,让上司看着舒服。这个看着“舒服”并不一定是特别漂亮,它还要求衣着打扮和言谈举止都非常得体,有相当的气质。

秘书给上司的第一印象很重要。在这个“第一印象”中,除了容貌之外,还包括秘书说话的重音、音调和口齿是否清楚等因素,它们都有可能影响上司对秘书的第一印象。尽管一个秘书的价值和她的外表没有什么直接的关系,但遗憾的是,即使秘书的内在品质非常优秀,给上司的第一印象仍是由秘书的外貌决定的。上司决定是否选择谁做秘书,往往取决于给他的第一印象。当然,如果秘书仅仅只给上司留下好感,那还不足以让他放心地把工作交给秘书。

二、为人稳重

光看着舒服,上司还不会真正信任秘书,他还要继续考察秘书是否忠诚老实、为人稳重。秘书只有让上司信得过,让他感到放心,才能算是真正的“秘书”,否则,尽管秘书可能被称为“秘书”,实际上也就是一个普通的文员。

为什么秘书一定要让上司感到放心呢?因为秘书经常要直接或间接地接触一些企业重大决策的信息,甚至有可能参与对这些信息的处理,如果上司对秘书不放心,他就不会让秘

书接触这些机密。这一点也可以说是秘书与普通文员的标志性区别。因此,作为秘书,秘书职业的第一条准则就是保守秘密。有些年轻的秘书泄密,并不是因为她们有意这么做,很多时候的泄密是由于她们的疏忽造成的,如被人盗走机密或对方通过对秘书的行为进行推测得到机密。因此,秘书要小心慎言。

三、经验丰富

只有当上司对秘书感到放心之后才会根据秘书的能力来安排工作,而秘书也只有通过充分发挥自己的能力才能让上司对自己的工作满意,成为上司名副其实的助手。那么,要具备什么条件才能让上司省心呢?

第一条就是经验丰富。一个有经验的秘书在工作中会有这么些特征:先决定工作的优先顺序,然后再着手开始工作;做好必要的准备工作后再开始工作;恰到好处地整理好办公环境,以减少疲劳;文件存放从不将就,按规定存放一步到位,这样要找文件时非常方便;在不是特别强调优先顺序的情况下,工作从难到易;对于那些特别耗时间的工作,在处理过程中向上司反映,听取上司的指示。

第二条就是身心健康。上司对秘书的要求首先是头脑敏捷,所以说秘书工作既是体力工作,也是脑力工作,因此,身心健康是从事秘书工作的先决条件。生活有规律,保持适度的运动与休息,注意饮食的平衡。只有保持身体健康,秘书才能够在工作中保持相当的耐力和爆发力,出色地完成自己的工作,这是秘书的最基本的条件。



拓展阅读

Devoted to Office Work

Although secretaries' work is trifling, it is with great value and can not be neglected. There is no simple key to maintaining job satisfaction as a secretary. But there is a general goal: to keep a balance between job security and new challenges.

Job security results from a secretary's competence and commitment. If the boss trusts the secretary's work and judgment, he is not likely to give her up. There is much satisfaction in the knowledge that one is needed.

However, security alone does not assure job satisfaction. Indeed, it can be just the opposite. A secretary who feels that her job is exactly the same day after day is not likely to be happy. She will get bored. Her boss will take her for granted. Other employees will be promoted while she remains in the same position.

For these reasons, a secretary should seek new challenges in her job. Sometimes this is difficult. Many bosses fail to recognize the potential of their secretaries. The secretary has to create new tasks for herself and then prove that she can do them well.

Fortunately, these days there are many levels of secretary, all the way up to executive assistant. A good secretary may seek promotions and new challenges throughout her career.

第二章

从事秘书工作的基本条件



第一节

做好从事秘书工作的各项准备

一、成为标准的白领

在现代职场上,秘书属于特殊的白领。之所以特殊,是因为秘书每天都在领导人身边工作,直接协助上司处理他们的杂务,而且还经常代理上司与各方面打交道,所以,无论是内在的素质还是外在的形象,领导人对秘书的要求都比一般员工要高。可见,成为标准的白领是做好秘书工作的前提。

按照《现代汉语规范词典》的解释,白领是“指以脑力劳动为主的雇员”。其实,白领是相对于“蓝领”而言的。“蓝领”(Blue collar)一词最早产生于英国的18世纪后半叶。随着第一次工业革命的到来,传统的手工作坊逐渐被生产流水线所代替,在生产流水线上劳动的工人人数也急剧增加;为了加强管理,雇主们要求在流水线上劳动的工人们穿上统一的蓝领服装,以区别于非生产流水线的工作人员,故而出现了“蓝领”一词。由于流水线的增加,工厂的生产效率的大大提高,非生产线上的工作人员也急剧增加,他们主要从事非生产性的经营活动,如采购、设计、制定质量标准、产品检验、销售等。为了区分他们与生产线上的蓝领工人,雇主们要求他们穿白领的衬衣,所以,人们便将这些从事经营活动的人称为“白领”。随着时代的变迁,“蓝领”与“白领”的内涵与外延都发生了变化,目前“蓝领”泛指那些以体力劳动为主、收入较低的雇员,而白领则泛指那些在高档写字楼办公、收入较高的企业职员。

一个标准的白领具有两个显著的特点,一是具有强烈的白领意识,二是严格遵守职场的日常行为准则。

(一) 白领意识

1. 理解企业所承担的社会责任

人们经常从报纸和电视上看到某个地方发生地震或其他的自然灾害,造成大量的人员伤亡后很多的企业捐款赈灾。企业的这种行为就是其承担社会责任的一种表现。

从企业的产权来看,我国90%以上的企业属于“私人”。但是,这些私人企业提供的产品(或服务)影响着千千万万人的工作和生活(如蒙牛集团),影响着整个社会的繁荣与稳定,因此,从这个意义上来说,这些企业也是“社会”的。既然企业是社会的,那它就必须承担相应的社会责任,因此,任何企业的经营目的不仅仅是追求利润。

白领要做好自己的工作,首先要了解自己工作的意义,即自己的工作不仅仅是为了那份薪水。白领通过自己的工作为企业的发展作贡献,从而为社会的进步贡献自己的一份力量。

这就是作为白领应承担的一份社会责任。只有具备了这种“社会责任”的意识,才能算是一个名副其实的白领。

2. 理解自己所在的企业

白领是企业的一员,也就意味着其是这个组织N个“终端”之一,因此,白领应该对这个“组织”有某种程度的理解,以便发挥其作为“终端”的作用。

组织就是人集中的地方。在组织中,按一定的规则集中着很多人,以便共同实现一些个人不能实现的目标。组织是在为一定的目标而活动着。作为组织的一员,应和大家一起为这个共同的目标而活动。就企业而言,这个共同目标就是向社会提供具有竞争力的产品(或服务),从而实现利润最大化。

个人应分担作为组织成员的责任。为了提高效率,组织的领导者会分配给每位员工相应的职责。在企业里,员工的工作被分配成行政、推销、财务、研发、客服、采购等;员工的职务被分配为总经理、副总经理、部门经理、项目主管和一般员工等。不同的工作和不同的职务承担不同的责任,企业就是按这种严密的分工而实现正常的运营。作为企业的员工,要能严格按照企业的分工完成自己的工作。

作为企业的一员,个人的活动要能按企业的要求进行调整。作为员工,一方面要努力工作,圆满地完成企业分配的任务;另一方面,又要能根据企业为适应环境变化而对其工作的调整,从而适应企业的新要求。当然,在这种调整过程中,要加强沟通,使个人与组织之间的关系更加融合。

3. 理解企业与个人的关系

当个人被分配到具体的工作部门后,其身份就发生了变化,比如“行政部张娜”或“销售部李军”。

作为企业的一员,个人首先要了解该企业的结构,从而明白其所处的位置。其次,要了解该企业各部门的分工,知道本部门的具体职责,从而在将来的工作中知道如何与其他成员配合或给予协助。

作为企业的一个组成部分,个人所在的部门虽然在从事着各种各样的具体业务,但它们都是为实现企业的总目标而运行的。同样的道理,虽然个人的分工不同,但大家工作的目标都是一样的,即为实现部门工作的目标而努力。

在那些规模较大的企业里,由于分工很细,一些员工的工作显得很单调,从而使他们感到在这样的企业里其价值非常渺小,进而产生作为白领的某种失落感。其实,只要把个人的梦想与企业的目标有机地结合起来,共同努力,个人的梦想仍有可能实现。

4. 了解企业的组织结构

所有的组织都在为实现其目标而高效运转。虽然各个组织运转的目标不同,但其追求高效率却是一致的。作为企业,为了追求高效率,它们多数按下面的方式运转。

根据工作的内容分工。一般的企业将业务分成设计(研发)、市场、销售、财务、客服等工作,而将从事同类工作的员工分配到同一个部门。这种专业化的管理,使工作效率得到了大大提高。

根据工作的责任进行分工。如果说根据工作内容分工是纵向的垂直分工的话,那么,根据工作的责任进行分工就是横向的平行分工。企业决策的方式大多是这样的:企业最高领