

哪种工作适合你？

——成功职业的自我测试

理查德·伊斯雷尔
海伦·惠滕
克利夫·沙夫伦
方刚 李志江

著
译

上海译文出版社

哪种工作适合 你？

——成功职业的自我测试

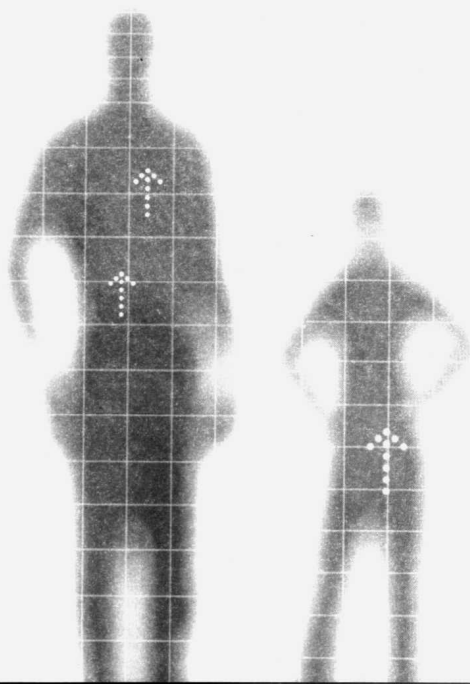
理查德·伊斯雷尔

海 伦·惠 滕

克利夫·沙夫伦

方 刚 李志江 译

著



上海译文出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

哪种工作适合你: 成功职业的自我测试 / (英) 伊斯雷尔 (Israel, R) 等著; 方刚 李志江译. —上海: 上海译文出版社, 2004. 5

书名原文: Your Mind at Work

ISBN 7 - 5327 - 3210 - X

I. 哪... II. ①伊... ②方... III. 职业选择—通俗读物 IV. C913.2 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 083755 号

©Richard Israel, Helen Whitten and Cliff Shaffran, 2000

Your Mind at Work

— Developing Self-Knowledge for Business Success

Kogan Page Limited First published in 2000

All Rights Reserved

根据科根·佩奇出版有限公司 2000 年版译出

图字: 09-2002-328 号

本书中文简体字专有出版权

归本社独家所有, 非经本社同意不得转载、摘编或复制

哪种工作适合你

——成功职业的自我测试

(英) 理查德·伊斯雷尔等著

方 刚 李志江 译

上海世纪出版集团

译文出版社出版、发行

上海福建中路 193 号

易文网: www.ewen.cc

全国新华书店经销

上海译文印刷厂印刷

开本 890 × 1240 1/32 印张 8.375 插页 2 字数 250,000

2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷

印数: 0,001 - 6,000 册

ISBN 7 - 5327 - 3210 - X/B · 167

定价: 18.00 元

本书如有缺页、错装或损坏等严重质量问题, 请向承印厂联系调换

献给杰克、鲁珀特、奥利弗、拉纳和苏珊

生存就是变化,变化就是走向成熟。

走向成熟就是无穷的自我创造。

——法国哲学家亨利·柏格森^①

① 亨利·柏格森(1859—1941 年)是 20 世纪上半叶法国哲学界的代表人物,倡导流变的生命哲学。——译者



作者介绍

理查德·伊斯雷尔

理查德·伊斯雷尔独立撰写并且与人合著过诸多著作,包括《销售天才》、《智慧的领导》、《超级推销》、《远见》和《头脑推销》,其中《头脑推销》已经被译成 12 种语言。他的作品受到包括《商业周刊》、《成功杂志》、《培训与发展》、《迈阿密先驱报》和《纽约星期天时报》等国际媒体的称赞。

理查德把智力的前沿研究和他的销售与市场营销的经验结合起来创造了一种持续取得显著成绩的销售模式。他是一位在世界各地商业和培训会议上颇受欢迎的演讲者,也曾无数次地出现在广播电视节目中。

理查德还是内在造型学说 (Inner Modeling®) 的创始人,创建

了一种用于改变行为模式和转变信仰体系的学习过程。四大洲超过 150 万人使用他的材料进行培训。目前,他是内在造型培训公司 (Inner Modeling Inc) 的总裁,多蒂诺咨询集团公司 (Dottino Consulting Group Inc) 的副总裁,水银集团 (Quicksilver Group) 的合伙人,佛罗里达大西洋大学的副教授。

海伦·惠滕

海伦·惠滕专门从事主管人员的培训,她与全球诸多大型机构的人员一起工作。她针对目前个人与商务所面临的挑战,创立了一整套独特的解决办法。她的方法通过培养热情乐观的态度、与个人价值相一致的明确的目标、实用的知识技能以及在压力下保持最佳状态的能力来达到增强创造力、驱动力的目的,保证个人以及团队的优秀表现。结果是,综合的商业实践得以发展,个人、机构以及社会作为一个整体都利在其中。

海伦是水银集团旗下机构伦敦积极工作组织 (Positiveworks, London) 的创立者和首席执行官。她拥有人事管理专业的研究生文凭,认知行为方法学、压力管理以及身心语言程式学 (NLP) 的资格认证。她还是一位作家和广播员。

克利夫·沙夫伦

克利夫·沙夫伦是水银集团的创立者和主席,该咨询机构特别关注商业领域中的人力因素。过去 10 年,它与其全球客户共同致力于把新的知识转化为“使用中的知识”。

克利夫把对人脑的开创性的探索与工作场所的革新实践结

合起来,制造出一套“思考·学习·交往”(think learning communicating™)工具套件。克利夫旺盛的激情所激发出的个人潜能成为了团队和组织发展的催化剂。他是一位受人尊敬的知名演说家、团体领导人和商业专栏作家。



前 言

做好准备

最近在香港一个讨论班上,我提议所有参加者在五分钟内尽可能详细地对自己进行一番描绘,却遭到一位美国经理人员的激烈反对。他示威似的坐在那里,双臂交叉,说:“我从来不想考自己,我不喜欢思考自己,现在我也不想这么做。”

把这种态度与斯德哥尔摩的一个由高级管理顾问组成的团队进行比较。他们把“自我”当作关键的关系之一(仅次于客户和员工)。从多年的实际经验中,他们知道自我认识是多么重要。在今天的知识经济中,人是唯一的资源,自我认识实际上已经成为个人和组织转变的关键。

我在斯德哥尔摩的经历突出地表明了两个无可辩驳的理由,

说明为什么现在是阅读本书的最好时机。第一个理由是：认识你自己是形成自己的个性特征、创造社会对你的不断增长的需求的关键，这将成为你个人的品牌。为此，你需要清楚自己的信念、价值、情感和梦想，了解自我认可、自信和自我表现的水平，对自己独特贡献的评价和理解有所认识。

第二个理由是全球商界所持有的一个新共识。它大约在1995年肇始于美国，后来越过大西洋传到欧洲，最近则落地亚洲。无论如何裁减、紧缩、重组，股东们和公司领导追求的都是以更少的投入换取更多的产出。他们一致认为，利润的源泉是自己员工未曾开发的巨大潜力，这种一致并非巧合。他们发现答案就在内部，而非来自外部。

推进组织发展完全在于提高个人和团队思考、学习和交流的能力。其中，自我认识是基本的因素。所以无论从哪方面看，从现在开始，更好地了解自己都会在职业生涯塑造中起十分重要的作用。

我们曾经问过许多公司的领导人，什么使他们彻夜难眠。他们的回答总结起来就是图0.1所示的商务平台。处理通信、文化、变化、革新和绩效领域的问题在概念上与着眼于诸如生产、分配、市场营销、管理和财务方面问题的功能性领域十分不同。

令人痛心的是，当今的培训业竭尽全力发展极其需要的团队绩效，已远远落后了。培训基本上着眼于为功能性领域服务的技术能力和方法。这种来自传统教育体制的残余重左脑的发展，完全忽视了我们每个人所具有的大脑整体的非凡潜力。解放这种个人潜能，团队的绩效就会成几何级数增长。如果你想得到真正的知识，那就必须有智力和情感两方面的激励，否则你的唯一收获仅仅是无需动脑的背诵材料。

那么，这对你意味着什么？你该如何去做？为了回答这个问题，我们必须看一看另一个巨大的商业趋势。今天领导潮流的商务活动方式是以项目和网络为基础的。不同层次和职业的人们来到一起，组成快捷和灵活的团队，完成他们的项目，分享他们的

知识,然后解散再加入其他团队。有些人甚至同时在几个团队中工作。尽管如此,每年仍有数百万的钱花在团队建设上,而其着眼点仅仅是团队罢了。参与者学到的关于他们自己的知识纯粹是一种附带的结果。

打造知识经济时代的企业

发展金融和智力资本

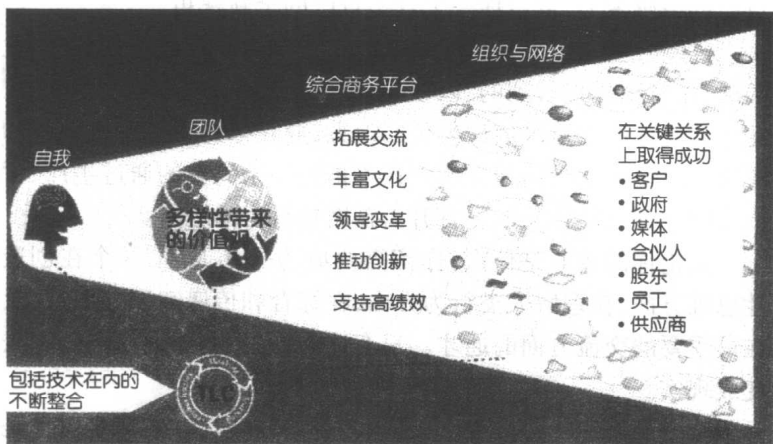


图0.1 组织的根本转变

幸运的是,随着对大脑的最新研究成果应用于商务,这种状况也在改变。现在的焦点集中在建立多学科、跨文化和跨职业的团队时如何发展各人的自我知识。这样做的理由很简单,你越了解自己,就越能更好地理解他人、与他人交往。交往的基础是信任,团队要解决的就是这个。

不管你是26岁还是60岁,你现在需要忘记你在学校和大学是如何学习的,重新学习如何阅读和记录信息,如何思考和记忆,如何抒发自己的感受以及如何把这一切同今天的技术整合在一

起。令人振奋的是,你可以应用本书描述的全脑法更快更好地做到这一点。

这一切概括起来就是一句话:更多、更多地认识你自己。这样,你就会更具创造性地思考,更快地学习,成为一个更好的交流者。这些都是在推动未来组织发展的高绩效团队中提高你自己个人价值的先决条件。

本书是21世纪的一个完整的工具包。它的目的是使你开始走上加深自知之明的道路。它将通过让你了解大脑的运作方式提高你的思维能力,通过教你把自己看成一个品牌,使你更了解自己的情感智力,带给你一个营销自己的全新视角。

这些是把你带进未来职业成功的根本。在知识社会中,职业的提升,就像你将看到的,以项目和网络为基础,你需要把自己放在能够使你的力量价值最大化的地方,放在你能为每一个项目的成果作出最大贡献的地方。现在不再有一条简单的通过生产、营销或财务部门使你从职员晋升为首席执行官的道路。

无论你的专业是什么,你都需要成为一个通才,一个在创造性思维方面,在理解人类行为方面,在综合和传递知识方面,以及在最重要的交流方面的通才。只有这样,你才能期望你的好想法变成现实。

把自己当成一个品牌,这是一个有趣的概念。品牌实质上是一种产品的所有知识、经验和情感的总和。任何品牌的力量都反映了其背后的价值。这在你身上同样适用。你对自己了解得越多,就越能更好地包装自己,把自己定位在最有价值的地方。

在决定复杂问题时能起重要作用,这是一个很好的职业驱动力(例如,“让琼来,她有好的想法而且善于合作”)。复杂情势不会自己结束:它们是通过人来解决的。在对本书提供的思维工具进行了五年的研究以后,我仍然惊奇于看似不可能的情势是如何通过让团队成员们更多地了解自己而获得解决的。

“是什么在工作中帮助或妨碍了你?”或“在工作和生活中什

么是你最看重的 10 件事情？”像这样简单的问题都会使参与者深入地挖掘自己。关注和比较每个人的思想经常可以为参与者打开新思路,开辟高度创造性的商务解决方案。

人们在一个团体内很少分享他们真正的感情。当有人惹恼了他们或与老板或同事有不同意见时,他们宁愿保持沉默而不是说出来。人们需要在一个坦率交流和相互信任的积极环境下真诚地表达自己。团队不是建立在破坏性的个人批评的基础上,而是建立在建设性的客观反馈的基础上。所以他们把精力集中于实现共同的目标,而不是各干各事。这种积极的环境产生的归属感是通向成功的前提。

诚实表达的核心是自我认知。每一个人都是独特的:你由你的父母传递给你的一切再加上你的生活经验两部分组成。但是你对自己的思维、学习偏好,对自己的价值、行为模式究竟了解多少?在任何情况下,你都必须使自己的独特贡献最大化,这你又能做到何种程度?

今天你有切身的责任去认识、去行动。这将决定你的未来。

克利夫·沙夫伦



目 录

作者介绍.....	1
前言	1
1. 为什么阅读这本书?	1
第一部分 你怎样成为今天的你	15
2. 信念产生行动	16
3. 审视思维	31
4. 情感智力	49
5. 你的行为动机?	69
6. 行动比言语更有说服力	75
第二部分 谁在领航?	85
7. 你的成功故事	86

8. 你有多少智力	99
9. 压力罐	110
10. 工作关系	133
11. 从差异中寻求价值	145
12. 脑对脑交流	164
13. 会议:你的商务引擎	181
第三部分 展望未来	201
14. 关注未来	202
15. 前面的路	215
16. 平衡的途径	222
17. 自我意识	235
附录 30 天计划	241

为什么阅读这本书？

这本书是为那些能够在工作中意识到更好地认识自我的好处的人写的。驾驭自我的能力直接决定你应对不断变化的工作环境的能力。自我认知可以指导你树立面对新挑战的信心。有很多的挑战正在等着你呢！

你是否把自己当作一个品牌来经营？为了能够在你当前的工作范围内把你的服务作为持续的资源出售，或者另谋一个新的职位，你需要把自己当作一个“品牌”经营——就像可口可乐或者本-杰里冰淇淋。为此，你必须在才智、喜好和机遇的关系之间考察自己。你必须准备像广告公司做推销产品的广告一样把自己作为一种必需的资源进行推销。这就意味着要考问自己：“我主张什么？我能够提供什么？我所能做出的独特贡献是什么？”如果你没有自我认知，也许就不能够充分意识到你有能力把自己

包装妥贴、做成品牌。

在空前开放的世界里,“自我品牌化方法”在竞争中产生。20 世纪,技术的进步已经使工作的方式变得面目全非。空中旅行和无线电通讯已经打开了过去无法进入的市场。你可以和住在地球另一端的人通话,声音清晰得仿佛他们就在你的隔壁一样。互联网已经使人们能够通过一台电脑联络世界的任何地方。

这种全球市场使生活在寒冷气候地区的人们全年都可以在当地超级市场买到来自异国的热带水果。这意味着即使从没有见到客户或供应商,你也可以通过万维网 24 小时进行“虚拟”交易,取得立竿见影的实际效果。一封从香港发出的电子邮件,几秒钟之后就可以到达美国某人手中。纽约证券市场的某个变化几秒钟之内就可以波及整个世界。

这种节奏的变化已经使商业的性质发生转变。它给我们提出了新的要求,也给我们带来了新的压力。没有什么人的生活不受影响。不管你是印度海滨的渔夫,都柏林零售商店的经理,还是悉尼某跨国公司的首席执行官,你的工作生活都产生了变化,你的生意也面临着全球经济竞争日益激烈所带来的压力。

为了适应社会的迅速变化,个人必须改变以往的工作习惯。你可能会在一生当中改变自己的职业四到五次。今天经济压力可能会导致生意“缩水”,这样,你就可能在职业生涯的某一阶段面临冗员裁撤的情况,为此,你需要做好准备。

在新经济时代,为了处理好自己的事业,你需要对你的学习和适应能力有充分的信心。实际上,你不应该把变化看作是扯走你脚下的地毯,你必须学会在不停移动的地毯上跳舞。

自我认知的好处

如果你想成功地面对这些挑战,“认识你自己”这句老话在