

最强的时间



THE WAY TO USE TIME

〔日〕青木仁志 著
丁舒晟 译

管理术



中央编译出版社
CENTRAL COMPILATION & TRANSLATION PRESS

最强的时间管理术

[日]青木仁志 著
丁舒晟 译

中央编译出版社

(京权) 图字: 01 - 2004 - 0387

《最强的时间管理术》

© 青木仁志 2002

All rights reserved.

Original Japanese edition published by KODANSHA LTD.

Simplified Chinese character translation rights arranged with KODANSHA LTD.
through ShuppanBunkasha Corp.

图书在版编目 (CIP) 数据

最强的时间管理术 / (日) 青木仁志著; 丁舒晟译.
北京: 中央编译出版社, 2003.12
ISBN 7 - 80109 - 775 - 0

I. 最… II. ①青…②丁… III. 时间 - 管理
IV. C935

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 126424 号

最强的时间管理术

出版发行: 中央编译出版社

地 址: 北京西单西斜街 36 号 (100032)

电 话: 66521152 66521270 (编辑部) 66171396 (发行部)

h t t p: //www. cctpbook. com

E m a i l: edit@cctpbook. com

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京蓝空印刷厂

开 本: 880 × 1230 毫米 1/32

字 数: 150 千字

印 张: 9

印 数: 7000 册

版 次: 2004 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 20.00 元

目 录

第一章 他们是怎样成为“时间的主人”的？

1. 时间管理术是一种“技术” (3)
2. 相信自己的积极思考可以改变你的人生 (7)
3. 一个高中毕业的优秀推销员的时间使用法 (11)
 - 我的时间使用术——案例研究 (Case Study) ①
 - AIU 保险公司优秀推销员 伊藤孝之 (13)
4. 形成了良好的动机是优秀推销员们成功的理由 ... (19)
5. “倒推式思考”——业务管理的一种方法 (22)
6. 靠“情节展开力”登上顶峰，签约率高达 95% 的优

秀推销员	(25)
我的时间使用术——案例研究 (Case Study) ②	
索尼生命保险 优秀推销员 日比野淳治	(26)
7. 让你的意识发生变革的 4 个 M	(31)
8. 用“双赢 (Win—Win)”原则, 建立你的 Power Partner (实现目标的重要合作者)	(35)
9. 我在 21 岁时遭受重大挫折, 变得一贫如洗 ...	(38)
10. 以销售为天职的推销员	(43)
11. 和顾客预约一次面谈, 比 100 个理论都有用	(46)
12. 获得顾客信任的技巧	(53)
13. 信任不是一天就能培养起来的	(58)
我的时间使用术——案例研究 (Case Study) ③	
Client Side 咨询公司董事长 越石一彦	(59)
14. 不明确的目标只能带来不好不坏的结果	(64)
15. 必备的 3 种“大脑梳理法”	(69)
①明确愿望	(69)
②设定目标	(72)
③制定计划	(74)
16. 造就世界最佳推销员的“拖网捕鱼”式攻势	(76)

17. 专业的业务员能把时间集中起来加以充分利用 ... (80)
18. 时间管理就是实践和自己的约定 (84)
- 我的时间使用术——案例研究 (Case Study) ④
- 东京海上安心生命保险公司 优秀推销员
- 小原健志 (85)
19. 优秀推销员知道工作时间的优先顺序 (91)

第二章 怎样把 24 小时变成 48 小时

1. 关键就在于你怎么来安排 (99)
2. 7 种“时间的浪费”造就了差劲的推销员 (103)
- 时间的浪费①——散漫是贫困的最好朋友 (104)
- 时间的浪费②——准备不足是致命伤 (107)
- 时间的浪费③——信息不准确是最糊涂透顶的 ... (109)
- 时间的浪费④——对推销的商品缺乏了解的话，
 只能吃闭门羹 (111)
- 时间的浪费⑤——没有事先和客户重新确认约好
 见面的时间 (115)
- 时间的浪费⑥——没有计划的拜访日程 (118)

- 时间的浪费⑦——由于身体不适而造成失误
..... (121)
3. 不立刻去做就会失败的3项工作..... (125)
- ①对顾客的咨询必须立刻做出回答 (126)
- ②只要你少汇报一点信息，就会引起混乱
..... (127)
- ③不能很好地处理顾客的不满，会使你信用全失
..... (127)
4. 把24小时变成48小时的技术 (130)
5. 选择可以使你的销售高效率展开的市场 (132)
6. 用顺藤摸瓜式的销售一网打尽..... (136)
7. 看透4个市场 (141)
8. 把开拓有希望的顾客作为向市场扩大型
 销售法的契机 (147)
9. 努力争取和顾客面谈的机会..... (151)
10. 为了实现你的目标，首先要决定对象的优先顺序
..... (156)
11. 预约能使你“出成果”的面谈 (160)
- ①把和顾客的预约面谈集中在内勤日 (162)
- ②早上打电话，下午出去推销 (163)
- ③尽量使用手机和笔记本电脑 (163)

12. 活用倒推式思考最大的优点	(166)
13. 有效利用时间的交流技巧	(169)
14. 询问顾客的 Needs 和 Wants	(173)
15. 最先进的销售工具可以成为最强有力的武器	(176)
16. 利用能无限工作的“传说的业务员”来为你服务	(179)
17. 培养 Power Partner (有力的协作者) 的奥秘	(182)
18. 争取获得来自顾客的空白委托书——把你介绍给新的顾客	(186)
19. 对人吝啬的业务员，在时间管理上会受损失	(194)
20. 不能进行“区别”销售的人，销售业绩是得不到提高的	(200)
21. Ivy Lee 的一个价值 25000 美元的点子	(204)
22. 用“80:20 的法则”来完全改变你的业绩 ...	(208)
23. “W - P - D - E 循环”可以使你的想象变成现实 ...	(211)
24. 时间管理的 97 个建议	(213)

第三章 “神奇笔记本”

1. “笔记本”能帮助你商业技巧提高一个层次 (227)
 - ① 确认优先顺序 (230)
 - ② 按照优先顺序明确标记该做的工作 (231)
 - ③ 同时处理几项任务 (231)
 - ④ 计划下一桩买卖 (232)
 - ⑤ 让笔记本成为你的上司 (233)
2. 最强大的笔记本——“Achievement 笔记本” (234)
 - ① 中长期日程安排表 (235)
 - ② 月度行动计划表 (235)
 - ③ 周度行动表 (236)
 - ④ 每天的行动表 (237)
 - ⑤ 目标设定表 (238)
3. 用笔记本重新开始你的职业生涯 (252)
 - ① Action List (257)
 - ② 记录预约的面谈和行动的实际结果 (261)
 - ③ 开支记录和备忘录 (264)
 - ④ 做出第二天的行动计划 (266)

第一章

他们是怎样成为『时间的主人』的？

1. 时间管理术是一种“技术”

假设有两个能力完全一样的人，给他们同样的工作量，一定是那个做事麻利，善于使用时间的人做得快。也就是说，那个人的生产效率比较高。

时间与生产效率有着千丝万缕的联系，正因为如此，几乎所有的人都认为，“如何来利用时间 = 一种技术”，其实这是一种错误。

时间实际上就是人生本身。换句话说，它是一个人的价值观的反映。

我究竟是为了什么在花费时间？你考虑过这个问

题吗？

以我自己为例，在私事上最重要的是我的家人，在工作上最重要的是我的公司。我的职员和我的顾客（本来还想说我的股东，但因为我的公司是所有者企业，只好在这里割爱），不管是公还是私，我都把“family”看成是最重要的东西。

在听我讲课的学员中，有一个是日本生命保险公司 ALICO JAPAN 的优秀推销员，他是销售业绩前 10 名排行榜上的常客。

我很尊敬他，并非因为他是一个优秀的推销员，而是因为他对于时间的价值观非常的鲜明。

他始终贯彻把家人放在第一位的生活方式，每天晚上都回家吃饭，一直以和孩子们在一起洗澡为乐趣。因为他遵循“家庭第一主义”，所以也从来不会夜不归宿，不会很晚回家。他安排工作的时候也是以孩子为中心，这一点他的笔记本就是最好的证明。他的笔记本最开头的地方，差不多都记载了每天回家的时间。

“这样做，他能完成自己的工作吗？”

你可能会有这样的疑问。其实，别说是一个人的工作，他做出的业绩顶得上几十个人的。

这是为什么呢？

原因在于他从可以称为 Power Partner（实现目标的重要合作者）的顾客身上得到了巨大的配合和协作。虽然他属于不太爱声张的那种人，但是在彻底贯彻“For You”的精神上，不会输给任何人。

“那个社长，对这件事犯愁，发了不少牢骚啊。”当他获得了可以解决这个问题方法或相关信息的时候，马上就会和那个社长联系。所以，顾客就越来越信赖他，并且不断地把自己的熟人介绍给他。这样一来，他的业务就形成了良性循环，而不是在一般业务员那里所形成的恶性循环。所以他就能在傍晚的时候赶紧回家，孩子们都在家里等着他。

“工作太忙了，怎么都不能早回家。”很多业务员会发出这样的感叹。从优秀的推销员和一般的推销员之间存在的差别中，我们可以发现，其实能不能早回家，关键就在于你的工作方法。

我特别欣赏他一直把家人放在第一位的精神，也希望他以后能够获得更大的成功。

看准顾客需要什么样的信息，并向他提出建议，看起来好像是谁都做得到的事情，其实是需要相当高的技术才能做到的。为什么这么说呢？那个顾客到底为什么事情而觉得苦恼？他希望获得什么样的信息？

在很普通、很泛泛的推销过程中，是不可能了解到这些问题的答案的，如果你和顾客不是很熟悉的话，他们是不会告诉你这些事情的。

所以，没有一定的观察力、感性认识、理解能力、提问的能力和沟通能力，就无论如何也不可能成为一个优秀的推销员。

2. 相信自己的积极思考可以 改变你的人生

需要怎么做才能成为一个优秀的推销员呢？

从结论上说，你要做的就是相信“我能成为一个优秀的推销员”。

只要你能够相信自己，你就已经成为了半个优秀的推销员。

我所敬爱的牧师舒勒博士是基督教新教的世界性领袖，他每周都能把三千多信徒集中到水晶大教堂（位于洛杉矶）来听他传道，然而，他也是从零做起

的。在美国有很多露天汽车电影院（Drive - in theater. 二次世界大战后在美国兴起的一种露天电影放映场所），舒勒博士就是从那儿开始他的传道的。

“不是没有钱的问题，而是没有自己思考的问题。”这句名言，恐怕也是舒勒博士在自己的经验基础上得出的结论吧。

舒勒博士访问日本时，在一所代表日本的私立大学进行了演讲。演讲结束以后，有一个学生这么问他：“刚才博士您提到了神，如果您能在这儿证明神的存在的话，我们才可以相信这世界上真的有神。”听到这个问题以后，舒勒博士闭上眼睛，说：“这是不可能的。如果什么事情都能证明的话，就不存在信仰了。所谓的信仰是指去相信你的眼睛所看不到的东西。”

舒勒博士是“可能性思考”的创始人。他告诉我们，信仰是不可能被证明的。理由就是，所谓的事物并不是“能看得见就相信，看不见的话就不能相信”的。“如果看得见，我就相信”的想法，和“要是那支股票能涨的话我就买”的道理是一样的。

你能看得见自己的未来吗？

根本不可能看得见。你能看见的至多就是过去和现在。然而，你是不是就因为觉得看不见未来而忘记

THE WAY TO USE TIME