

经理

JING·LI REN

卓越的经理人并非是天生的，你也同样具有成为优秀经理人的机遇和潜质。美国管理大师拉克说：许多人具有经理人潜能，正如许多人具有伟大艺术家的潜能一样，然而却没有机会，没有训练，使其才能得到充分的发展。经营管理才能是天赋和环境的一种产品。所谓环境，是指训练与施展才能的机会。绝大多数的公司经理都是培训造成的。许多人本来不具备某些条件，但一样能发展和发挥出来。

北京工业大学出版社

◆宋国涛◎主编◆

ZUIXIN JINGLIREN ZISHEN JIAZHI YU PEIXUN QUANSHU

最新
经理人自身价值与培训全书

最新经理人 自身价值与培训全书

宋国涛 / 主编



北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

最新经理人自身价值与培训全书 / 宋国涛主编. —北京: 北京工业大学出版社, 2004.6

ISBN7-5639-1365-3

I. 最… II. 宋… III. 企业领导学

IV. F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 040753 号

最新经理人自身价值与培训全书

宋国涛 主编

★

北京工业大学出版社出版发行

邮编: 100022 电话: (010) 67392308

各地新华书店经销

北京秋豪印刷有限公司印刷

★

2004年8月第1版 2004年8月第1次印刷

787mm×960mm 1/16 24.75印张 360千字

ISBN 7-5639-1365-3/F·162

定价: 33.00 元

前 言

前 言

为了在一个充满竞争的世界中求得生存、繁荣和发展,各类企业都需要优秀的经理人。企业要想大规模成长,要想成为行业的霸主,要想增强抵御和抗击风险的能力,就要思考如何才能拥有更多的高级经理人才;优秀的经理人要想在市场竞争中有所作为,成为企业的中流砥柱,要想实现自己的创富之梦,就必须掌握丰富的管理知识和高超的经营技巧。

面对众多亿万富豪的辉煌成就以及成功经理人的传奇经历,许多人发出这样的感慨,“他们有天才的商业头脑”,“他们有天生的经理人秉赋”。事实果真如此吗?

卓越的经理人并非是天生的,你也同样具有成为优秀经理人的机遇和命运。美国管理大师克拉克说:“许多人具有经理人潜能,正如许多人具有伟大艺术家的潜能一样,然而却没有机会、没有训练来使其才能得到充分的发展。经营管理才能是天赋和环境的一种产品。所谓环境,是指训练与施展才能的机会。绝大多数的公司经理都是培训造成的。许多人本来不具备某些条件,但一样能培养和发挥出来。”另一位管理大师希克耐尔认为:“绝大多数天才的经理人,都是勤劳的结果。如果他们有健壮的体格和聪明的头脑,又有强烈的求知欲望和勤奋精神,那他们一生中必定有卓越的成就。”

这些真知灼见给了我们许多有益的启示。长在成功者的肩膀上的不只是智慧的头脑,还有知识和科学,以及有效而不平凡的训练,使他们能够在开创经理人事业的道路上,获得不平凡的成就。

要成为一名成功的经理人,并无固定的模式可循,成功者总是各具特色、风采各异。在他们中间,有人信奉无为而治,有人则以铁腕管理见长;有人雄辩滔滔,有人淡泊寡言;有人个性洒脱,

前言

一看就是成功的高级总裁,有人质朴无华,一点也没有总经理的派头。实际上,一个卓越的经理人,不过是将自身具有的一些自然禀赋,如聪明才智、正直、诚实的品德以及无与伦比的专业素养,经过实践、学习和经验积累,发展成为熟练的经营才能和管理技巧罢了。

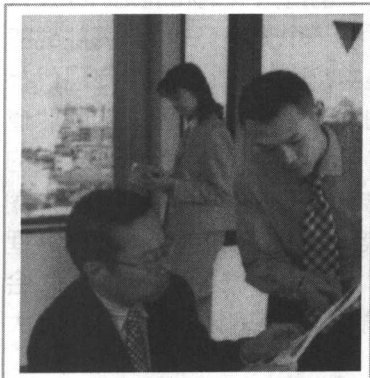
发展自然禀赋,练就竞争技巧,积累管理经验,拓展致富之路,这正是本书最打动人的地方。毫无疑问,优秀的经理人是可以通过不断地培养、训练和磨砺而达成的。

《最新经理人自身价值与培训全书》涉及到许多使你终身受益的知识,其中包括经理人心理训练和道德建设,构建合理的知识体系,找准创业致富的方向,机智灵活的管理,塑造经营理念,提高决策水平与竞争意识,练就公关高手,实战营销的锦囊妙计,艺术地领导优秀团队等。打开本书,你还会发现一些有趣的主题,如经理人如何与老板建立融洽的良性互动,智慧女性如何成为才智过人的女经理。

全书的最大特点是新颖、实用。书中使用了通俗的语言,选取了极具代表性的事例,并对经理人在创富过程中可能出现的各种情形提出了非常中肯的建议。对于刚刚进入经理人行列的管理者,它是经验丰富的引路人;对于资深的经理人士,它是忠实的得力助手;对于任何从事与经理人相关职业的朋友,它都是不可多得的良师益友。

目 录

第一章 耕耘经理人灵魂之魂



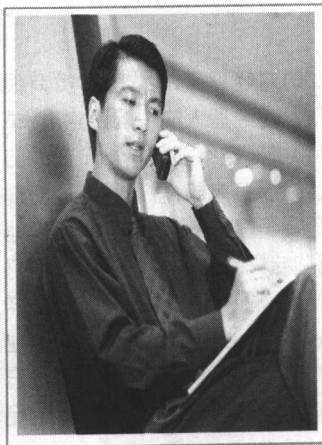
成功对经理人的心理素质有很高的要求,在经理人成长的道路上,单凭胆量和拼搏是不够的。一个优秀的经理人,除了有果敢、意志和进取精神以外,还要有良好的心态,能够正确地面对成功与失败。经理人不但要能感受成功的喜悦,也要能面对各种各样的问题、困难、挫折,这是经理人职业生涯的内容。失意不灰心,得意不忘形。拥有穷且弥坚、不坠青云之志的品格和斗志,你一定能获得成功、幸福和财运。

1. 荣辱不惊真豪杰 /2
2. 敏锐独到的眼光 /3
3. 胸中要有大目标 /5
4. 执著改写命运 /6
5. 财富跟着意志走 /7
6. 必要时能够忍辱负重 /9
7. 果敢与自制 /11
8. 别让欲望负重太多 /12
9. 讲钱容易讲情难 /13
10. 摊薄痛苦,等待机会来临 /15
11. 以坚忍的个性胜出 /16
12. 独辟蹊径爆冷门 /17
13. 敢冒风险的心理素质 /18

目
录

第二章 职场道德守护神

目 录



道德是人与人在交往和相处时形成的行为规范和准则。经理人生活在一个充满竞争、充满挑战的环境中,在从传统社会走向现代社会的发展过程中,经理人的职业道德与伦理观念也经历着一次次的冲击与变革。作为商海中的弄潮儿、商战中冲锋陷阵的勇士,经理人必须具有道德意识,懂赚钱,会赚钱,赚该赚的钱,最终才能赚大钱。

1. 用文化打拼你的事业 /22
2. 呼唤财富伦理 /24
3. 不做有钱的“穷人” /27
4. 得人心者赢市场 /28
5. 先赚人心,后赚金钱 /29
6. 双赢是最佳结局 /31
7. 节俭是永恒的美德 /32
8. 警惕道德风险 /35
9. 戒除“霸王”心态 /36
10. 谁动了你的道德奶酪 /38
11. 构筑起精神山脉 /41
12. 诚信是黄金法则 /43
13. 对失信者绝不宽容 /45
14. 别在品德上跌伤 /46

第三章 知识缔造财富奇迹



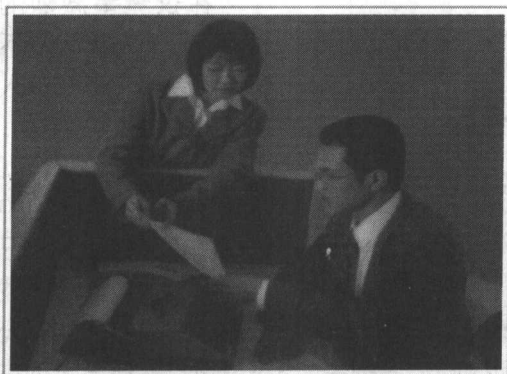
在这竞争激烈的时代,每个人都需要不断自我完善,知识是人类文明与智慧的结晶,知识就是力量,知识就是金钱。在今日的中国,大多数的经理人已经感受到了知识挑战的压力,读书、培训、充

电,已成为经理人的新时尚。人的生命是有限的,要把有限的生命投入到无限的事业中去,必须用知识的阳光照亮自己的前程,去开拓属于自己的事业空间。

1. 不能甘当“笋底橙” /50
2. 知识助你提升竞争力 /52
3. 金点子成就致富经 /53
4. 美国人怎样选经理 /55
5. 核心竞争力就是“独特” /56
6. 竞争力依赖活化知识的能力 /59
7. 知识犹如魔法石 /60
8. 他人的经验是一本书 /62
9. 打赢“国际化”之战 /64
10. 做专家型经理人 /66
11. 靠知识洞若观火 /68
12. 精通现代商业文化 /70
13. 提升你的知识品位 /71

目
录

第四章 圆你创业成功之梦

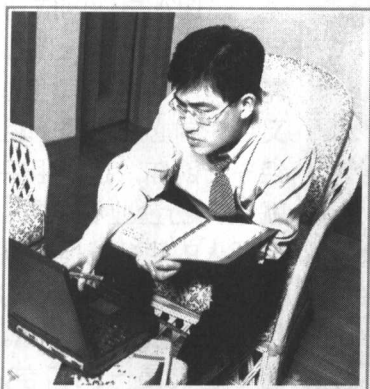


创业与成功是每个经理人的美丽梦想。当今时代为创业者提供了越来越多的机会,关键是每个人自己能否把握住机会。经理人在年轻时就要定下人生奋斗的目标,立志攀上事业的顶峰。一切

伟大都源于平凡,创业者只要不怕任何困难和挫折,坚定必胜的信念,就一定能获得成功。可能你最初拥有的只是梦想以及毫无根据的自信,但是,所有的成功都是从这里开始的。

1. 你天生就是赚钱的命 /76
2. 立志拼搏不言愁 /77
3. 在夹缝中找到摇钱树 /79
4. 闯过最艰难的时刻 /80
5. 抛出你的杀手锏 /82
6. 败走麦城的四大通病 /84
7. 屡败屡战,东山再起 /85
8. 为你初次创业诊脉 /87
9. 寻找最佳组合 /88
10. 实现暴富的梦想 /90
11. 小招数扭转大乾坤 /92
12. 选准突破点 /94
13. 网络创业的天然法则 /95

第五章 财富运营的理念真经



理念是一种潜在的生产力。有人说,经营理念就是经理人明天的圣经。中国目前确实有非常多的靠暴富发起来的大款和投机者,而缺少具有真知灼见的经营理念和高瞻远瞩的优秀经理人。要实现自己的管理梦想,经理人必须秉持卓越的经营理念,追求企业的价值最大化,以一种永不满

足的追求和出类拔萃的精神,修炼自己的意志和品质,在磨砺中不断完善自我。

1. 一切要让“上帝”满意 /98
2. 太想赚钱反而赚不来大钱 /100
3. 信誉是本,也是术 /102
4. 抓住需求思维 /103
5. 练好内功求生存 /104
6. 兑现承诺从来不容易 /107
7. 敢于第一个吃螃蟹 /108
8. 细嚼慢咽吞市场 /109
9. 暴利走向终结 /111
10. 无情未必真豪杰 /112
11. 从理念中寻觅商机 /113
12. 换个角度思考 /115
13. 突破定势收获多 /117
14. 快速赚钱,出新是法宝 /120

目
录

第六章 管理智慧宝典

目 录



经理人事业的成功需要依附于一个组织，需要有一个对你有信心又跟你同心的优秀的组织来帮助你，这个组织就是你的企业和公司。经理人的使命就是带领这个公司去实现赚钱的目标，去追求你的梦想。管理首先是一门科学，然后才是艺术。科学管

理是前提，艺术化是科学管理的最高境界。优秀的经理人加上有效的管理，就是企业的生命力所在。

1. 无情纪律无处不在 /124
2. 服从是天职 /126
3. 制度不是魔术 /127
4. 试试用激励法去管理 /128
5. 挖掘人的潜能 /129
6. 怎样提高经营绩效 /131
7. 绩效评估有窍门 /132
8. 独特的岗位分析法 /134
9. 奖罚并举 /136
10. 实施知识管理 8 大要诀 /138
11. 大管理从小资源抓起 /140
12. 靠时间管理胜出 /143
13. 善待创新 /144

- 14. 管理,细腻再细腻 /145
- 15. 最好的管理就是没有管理 /147
- 16. 找准自己的角色 /148

第七章 体味决策快感



凡事预则立，不预则废。对经理人来说，什么事是不能干的呢？没有钱赚的事决不能干。市场经济条件下，企业从诞生到繁荣，从发展到倒闭是很常见的，企业经营失败的原因有千万种，而决策是最关键的因素。决策就是把握企业的发展方向，决策能力是经理人的

核心能力，决策质量的高低，决定了企业发展的成败，决定了企业的前途和命运。

- 1. 决策两大能力 /152
- 2. 停止梦想,迅速行动 /153
- 3. 科学决策魅力四射 /155
- 4. 效益最优先原则 /156
- 5. 以超前制胜 /158
- 6. 透过现象看本质 /160
- 7. 发挥你的独特优势 /162
- 8. 决策须有多个方案 /163
- 9. 趋利避害化解风险 /164
- 10. 慧眼洞悉耀眼商机 /166
- 11. 成功的秘诀在于准确预见 /168

目
录

- 12. 以市场需求为前提 /170
- 13. 知己:决策的出发点 /171
- 14. 知彼:决策的重要依据 /174
- 15. 最管用的决策招数 /176
- 16. 追求完美者戒律 /177

第八章 练就公关高手



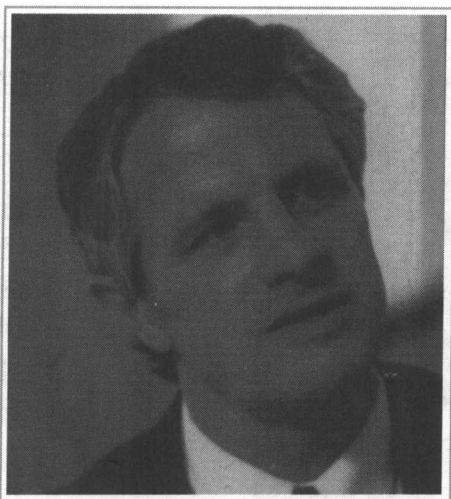
在现代市场经济条件下,良好的企业形象已成为企业重要的无形财富。企业经理人无不把推销企业形象作为经营战略的重要内容予以高度重视。推销形象与企业公关密

不可分,公关是增强形象亮度、增强公司竞争力的重要工作。经理人既是公司的经营管理者,也是公司的形象大使和公关大使,掌握必备的推销和公关技巧,恰当处理好企业与政府、与媒体、与员工等各方面的关系,是经理人重要的基本功。

- 1. 该炒作时还得炒 /180
- 2. 创意 CI 不是赶时髦 /181
- 3. 雕琢你的 CI 设计 /183
- 4. 打造连锁俏形象 /185
- 5. 推销形象 8 大功法 /187
- 6. 捕捉与政府公关的商机 /189
- 7. 走进媒体圈,借势双赢 /192
- 8. 与同行之间无缝对接 /193

- 9. 内部公关新干线 /196
- 10. 形象公关7大妙招 /198
- 11. 危机公关的管理奥秘 /201

第九章 竞争制胜新攻略



市场竞争将会优胜劣汰，竞争的过程就是由进步快的“优胜者”去淘汰进步慢的“劣质者”。在企业经营中自然有投机因素，有时候投机还是企业经营获利的重要因素之一，但是一个企业要在市场竞争中常盛不衰，多年保持领先地位，主要依赖于自身的竞争能力。打铁还得自身硬，经理人要

在市场经济的舞台上与强手过招，靠侥幸是不行的，惟一的途径是全面提高自己的核心竞争力。

- 1. 竞争让童话如此残酷 /204
- 2. 不想竞争，就别当经理人 /205
- 3. 激情灵魂拒绝平庸 /207
- 4. 比拼竞争意识的“两大战场” /208
- 5. 向“赢”看齐靠策略 /210
- 6. 智者善用信息 /211
- 7. 广告为你逆风飞扬 /213
- 8. 锁定终身客户群 /215

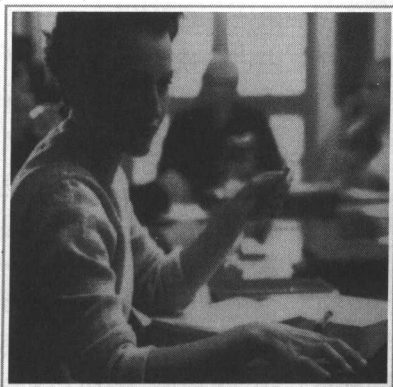
目
录

目

录

9. 祸莫大于战略失误 /216
10. 有备无患是一着妙棋 /218
11. 征服恐惧助你成功 /220
12. 有“智”者,事竟成 /222

第十章 实战营销独门秘笈



好的公司满足需求,伟大的公司创造市场。市场营销的黄金法则,可以一言以蔽之:市场是创造出来的。要想持久赚钱,创造尽可能大的市场,营销就不能过于急功近利。在营销过程中,最重要的衡量标准就是客户的满意度,只要真正地对市场、对客户非常用心和非常诚心,它就会永远忠于

你,而你必须狂热地专注于为客户提供最好的产品和服务。

1. 盯紧你的最大资本 /226
2. 指哪打哪搞营销 /228
3. 激发创造性思维 /229
4. “抓大放小”要诀 /231
5. 戴尔营销的4大绝招 /233
6. 敲开铁板市场 /234
7. 不做价格战的囚徒 /235
8. 整合营销方略 /237
9. 找出自身独特卖点 /239
10. 心理营销是一把利器 /241
11. 放好“三把火” /243

第十一章 品牌策划导航图



品牌在更深层次上是对人们情感诉求的表达。它映射出某种生活方式和人们对待事物的态度。当生活里充满了品牌的时候,生活方式也跟着品牌起来。经理人只有摸透了不同层次的顾客对品牌的需求,才能获得成功。在今天的市场环境里,企业赚上一笔钱是不

难的,难的是长期赚钱。很多成功的事例告诉我们,比赚钱更重要的是先确立卓越的品牌形象,做一家有责任心的企业,时时处处让顾客满意,这是企业基业常青、经营永续和长久赚钱的基础。

1. 品牌引领财富 /248
2. 闯出你的闪亮点 /250
3. 品牌识别最攸关 /251
4. 打造精品指南 /253
5. 成功实施品牌个性化 /254
6. 借文化之牌生财 /257
7. 请谁做品牌代言人 /259
8. 品牌策划 9 个锦囊 /260
9. 反其道而行之 /264
10. 放弃品牌也是一招 /266
11. 危难之中见真情 /268
12. 巧挖卖点出手不凡 /269

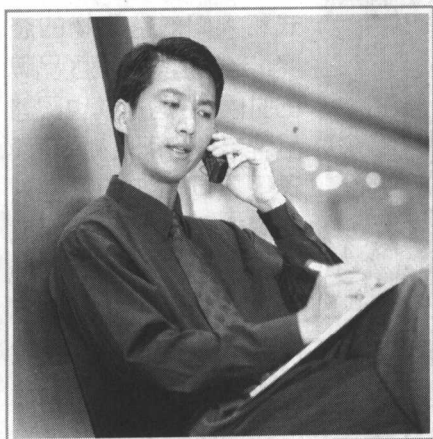
目
录

- 13. 走好品牌延续之路 /272
- 14. 创网络品牌的价值航标 /273
- 15. 让消费者对产品一见钟情 /275

目

录

第十二章 锻造团队凝聚力



在一个团队中,每个成员都发挥作用,但个人作用不能单独产生效应,而必须与团队的其他成员形成合力,才能获得团队的总体绩效。经理人对企业管理的成败与团队凝聚力是有密切关系的,浑身都是铁,又能打几根钉?再多的资金,再好的项目,再优越的环境,如果没有一支能打硬仗的

优秀团队,企业就失去了生存与发展的根本。

- 1. 打造你的“梦之队” /280
- 2. 聚集人气的技巧 /282
- 3. 盘点人才好处多多 /283
- 4. 关键员工“留人术” /284
- 5. 给你开份用人菜单 /286
- 6. 播种才有收获 /288
- 7. 金钱不是全能妙方 /289
- 8. 凝聚人心的黏合剂 /292
- 9. 如何选好接班人 /293
- 10. “薪”亮点的刺激效应 /295
- 11. 金钱之外的奖励 /297