

企业培训课程
世纪经理学习方案
中美合金



课里播
(RISP) www.crispchina.com
Learning Solutions China

建立诚信

[美] Mary Galbreath Shurtleff 著

谷 雨 译

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

建立诚信/[美]舒特莱夫(Shurtleff, M. A.)著;谷雨译. —上海:
上海财经大学出版社, 2002. 4

(课里播企业培训课程, 世纪经理学习方案)

书名原文: Building Trust

ISBN 7-81049-724-3/F · 617

I. 建… II. ①舒… ②谷… III. 企业管理-伦理学
IV. F270.05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 012612 号

□ 责任编辑 王 平

□ 封面设计 周卫民

JIANLI CHENGXIN

建 立 诚 信

[美] Mary Galbreath Shurtleff 著

谷 雨 译

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮件: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海第二教育学院印刷厂印刷

上海市印刷七厂一分厂装订

2002 年 4 月第 1 版 2002 年 4 月第 1 次印刷

787mm×960mm 1/16 6 印张 86 千字

印数: 0 001—4 000 定价: 15.00 元

出版前言

致读者

21 世纪是科技高速发展与普及的年代,是资讯革命的年代。

在部分欧美国家,资讯公路已经伸展至所有企业及大部分家庭。它正在改变人类的生活、工作、学习及休闲的方式。

我国政府也正在努力架设资讯公路。在不久的将来,随着电视机顶盒的普及,互联网将走进每一个有电视机的家庭。

要成为新资讯年代的成功者,我们需要学习新的知识、技能与态度。最重要的是结合新科技的优势,重新建立新的思维方式及工作方法。

课里播企业培训课程是全世界领先企业采用的课程,我们希望这些课程能够帮助每一位读者战略性地开拓各自成功的职业生涯,建立无可比拟的个人竞争优势——成为终身的学习者,不断学习、不断改进,与科技及资讯发展同步。

致企业的领导者

在竞争激烈、供过于求的年代,利用价格去竞争,已经令所有参与竞争的企业尝透了恶性循环的苦果。

如何在价格以外,建立企业的竞争优势,是每一个企业面临的共同课题。

课里播企业培训课程,以自主互动的学习方式,帮助企业以低成本、高效益的方式,将学习与工作结合起来,使员工寓工作于学习之中、寓学习于工作之中,成为学习型的企业,在产品、营销、服务、企业文化、绩效等各方面产生由员工自发的动力,为企业建立无可比拟的竞争优势。

欢迎探访我们的网站: www.crispchina.com, 与我们的学习方案顾问联系。

李秀英

“课里播企业培训课程”学习方案顾问、业务拓展总监

Crisp Learning Solutions China

企业用户

对课里播(Crisp)课程的评价

惠普公司的 Wendy Flint 认为：

“在我们的自主学习图书馆借出的书籍中，课里播课程是最受欢迎的项目，我们的经理和管理者尤其欣赏它在培训员工时所体现的易用性。”

在波音公司领袖及学习中心工作的 Charles Ruthford 认为：

“成为课里播的合作伙伴使我们能够为广大的波音员工提供易学、易懂的商业技能培训课程。”

康柏计算机公司的 Duane Waterman 鼓励道：

“把这项优质工作干下去！课里播产品所展示的专业性及高度的成本效益极大地支持了我们事业的发展。”

西门子公司的销售培训经理 Mike Petefish 说：

“课里播的产品非常简练。它提供了一种质优价廉的学习途径。”

麦当劳的副总裁助理 Terri K. Capatoso 是这样评价的：

“我们认为课里播产品对我们开发的‘顾客满意代表培训证书班’，是一个无价之宝。”他不无自豪地说：“我们的培训班赢得了‘1998 年麦当劳团队奖’。我们愿意就课里播产品提供给我们的世界级的宝贵经验，而共同分享这个殊荣。我们非常庆幸选择了课里播作为我们的合作伙伴，而且我们期待未来继续合作。”

课里播企业培训课程简介

课里播(Crisp)企业培训课程由美国专业培训顾问师结合企业辅导工作开发,具有极高的操作性。在全球 20 多个国家,共有 20 000 000 个课程正在各大、中、小企业使用,其中包括 75% 以上的美国 500 强企业(例如麦当劳、惠普、摩托罗拉、波音公司等)以及美国总统的办公室。中国几家优秀的出版社(上海财经大学出版社、清华大学出版社、中山大学出版社),与美国 Crisp 公司在中国的代表 Crisp Learning Solutions China 进行合作,将这些课程翻译到中国。事实证明,这些课程可以明显改进企业的管理,有效提高生产力、销售业绩、员工绩效及顾客的满意度。我们期盼这些中美企业文化合金课程的引进亦能为迅速崛起的中国企业助一臂之力,加速其国际化进程。

课里播企业培训课程将当今全球验证成功的企业管理方法整理成简便易行、文字浅显,以成功基因为本(competence based)的互动课程。每个课程只需 1 个小时就可以学完,并掌握基本重要的理念。这些课程,既可以自主学习,也可以作为培训师或经理培育员工的教材,或者作为顾问师辅导企业的辅助工具。课程将覆盖企业管理实用范畴,包括管理者及被管理者的知识技能、态度、顾客服务、营销、人力资源开发、企业发展等方面。

这些课程具有高度成本效益,可以改进企业的素质,提高生产率、销售成绩、员工绩效、工作质量及顾客的满足程度。

建议学员拿着铅笔,边看边做练习,效果更佳

写
在
书
前

学习目标

建立诚信

《建立诚信》一书的目标列示于下。它有助于将你导入该书所涉及的核心问题。

目 标：

- ☐ 1) 在工作环境中界定“相互信任”的含义
- ☐ 2) 确认了解相互信任作为开展业务的市场手段和推进生产效率的战略意义
- ☐ 3) 在团队中建立相互信任的机制



学习进展评价

除了学习目标之外，Crisp有限公司还开发了一套评估体系，涵盖本书中所涉及的基本信息。多种选择/正误题选择项目，帮助读者评估对所学主题的综合理解程度。本书还配备所列目标的配套问题的答卷与答案。想要得到这一套评估资料，请登录 www.crispchina.com 查询。

本评价体系不可用于任何人员的挑选过程。

目 录

写在书前/1

第一篇 什么是“信任”/1

你对“信任”是如何定义的/3

什么才是“信任”/4

信任意味着业务量/10

第二篇 诚信的建立/13

对“诚信”的 3 种基本解释/15

直觉/16

过去的经历/18

近期经验/24

相互理解/29

激发团队工作的小技巧/33

第三篇 丧失诚信的后果/35

为什么不能轻信他人/37

失去诚信的后果/40

后果 1:丧失责任感/41

后果 2:使员工的满意度下降/45

频繁更换员工的不利之处/46

后果 3:丧失有效的开放式沟通/48

后果 4:空话连篇,脱离现实/56

第四篇 诚信激励“三步曲”/61

用于激励诚信的行动计划/63

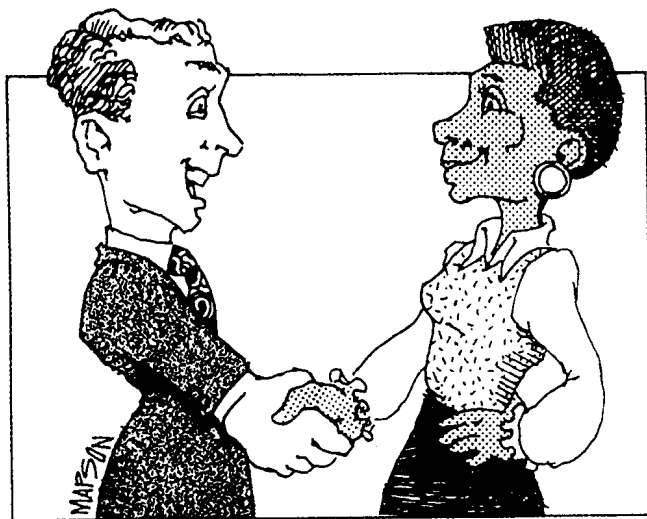
第一步:征求意见,并将此用于实践/64

第二步:说到做到/69

第三步:有效地授权/71

小结/79

什么是“信任”



你对“信任”是如何定义的

1. 你如何理解“信任”？

2. 你知道与“信任”相关的其他词吗？

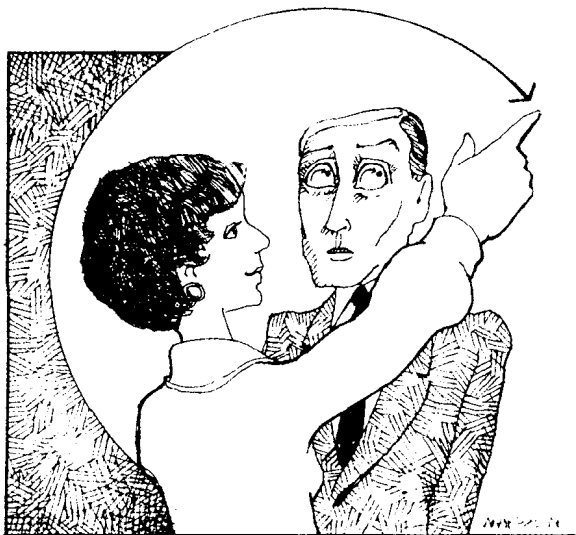
相关词	我是如何将“信任”与该相关词联系在一起的

什么才是“信任”

对讲求实效的商业战略来说,乍一看,“信任”的概念太抽象了,然而,许多组织确实认识到了遵守自己对员工和顾客作出的承诺的价值,这也可以作为切实、有效地提高最终效益的方法。

承诺和信任是不可分离的! 作为成功的基础,与你的员工和顾客建立信任关系能够产生忠诚,减少员工和顾客的流失,使生意长期兴隆,并且得到口碑极佳的广告效应。

虽然“信任”是一个看似简单的词,但给它下定义却需要慎重思考。每个人对信任的定义取决于他(她)个人的经历、价值观和信念。那么,“信任”到底意味着什么呢?



对“信任”的定义

根据《美国传统辞典》(American Heritage Dictionary)的解释,“信任”(Trust)作为动词的意思是:

1. 对……有信心;
2. 盼望、自信地期待、设想、确信;
3. 相信、信任。

以上这些概念同你自己的定义和相关词比较有什么异同?

“信任”可以作为主动动词,是指你做什么,而不是你想什么。

“信任”也可以当作一个名词来用,表示一种行为、举动。《美国传统辞典》对其还有以下3种定义:

1. 对某人或某事的正直、能力或性格的坚定依靠;
2. 自信、信心;
3. 信任、忠实。

让我们看一下《美国传统辞典》用来定义名词“信任”的那些相关词的词源意义。



在信任这一行为中,“正直”到底扮演一个什么角色?此词源自拉丁语的“安全”,从词根意义上讲,“安全”这个词有“整体的”或“完全的”的意思。中古英语和古法语对“正直”这个词下定义时,使用了“完全性”、“统一性”和“纯正”这类概念。

当你信任某人或某事时,你会“完全信任”他们本人、他们的思想,或者他们对待你的行为。当某人信任你时,他会接受你和你的组织所倡导的理念。



根据《美国传统辞典》的解释,“相信”就是“信以为真地接受”。《美国传统辞典》对“相信”的定义中同样使用了“真实性”或“真实的”这样的字眼,即对某事的真实性发自内心地接受或确信和信任,对某个人、某件事的真实性、价值或可信赖性深信不疑。

相信、信任、正直和真实是与“信任”这个词的概念紧密联系的各种特征,这些词通常与哲学和神学有关,对你来说则可能意味着基本的商业判断力。

因此,信任就是每个人作出的相信某人或某事的选择。

当你想与你的内部和外部客户建立信任关系时,你要鼓励他们并使他们相信,你一定能做到言出必行,同时,你一定能在实际行动中贯彻、执行你的组织当初在公开宣传时所作出的承诺。“内部客户”当然是指你的同事,而“外部客户”则是指那些使用你的产品和接受你的服务的人。

当其他人信任你和你的组织或你的口头宣传时,你的回头客生意将会戏剧性地增加。当你在内部客户和外部客户中都树立起商誉时,你自己的责任感就会增强。要是你的公司对外部客户和内部员工持同等程度的尊重态度,那你的公司就真正做到了言出必行,你就在所有团队成员中树立起了诚信的理念。

什么是“信任”？什么不是“信任”？

“信任”意味着：

相信那些自己判断为是真实的言辞。

体验与口头的或书面的报道一致的活动。

完全相信他人和他们的组织会言出必行，即“行为的可信性”！

“信任”并不意味着：

通过欺骗的手段使对方相信那些你本来并没有做过的事情。

轻信任何人说的任何话，想当然地认为别人所说的都是对的。

对于“什么是信任、什么不是信任”，你还能填加其他内容吗？

练习 1: 你相信谁?

完成以下练习:

1. 我信任的人或公司

我信任他们的原因

2. 我不信任的人或公司

我不信任他们的原因

3. 请你在信任的人或公司前填写“Y”, 在不信任的人或公司前填写“N”。

___ 商业顾问(顾问、领导者)

___ 朋友

___ 汽车经销商

___ 财务顾问(会计、财务计划员)

___ 同事

___ 客户、委托人或顾客

___ 保险公司

___ 医药顾问(医生、按摩医生)

___ 以个人或专门的形式组建团队的成员(合作者、志愿队、运动队等)

___ 法律顾问

___ 宗教团体

___ 烟草公司

___ 家庭成员

你是否从自己的答案中发现了某种暗含的趋势? 你是否在自己愿意与之建立信任关系的项目下作了记号?

当然,在你所信任的人或组织的名单里没有对或错的答案。当你问别人“你为什么信任那个人或组织?”的问题时,多数人会这样解释并回答:“从前我同她一起工作过,并且她从没令我失望”、“他们自始至终言出必行”、“他看来知道自己在说些什么”、“同他们一起工作感到很舒服自在”、“我知道,在本质上她与我有最深的利益关系”,或者,“那个公司说到做到”。

