



连平编著

现代人 成功的秘诀

中国人事出版社



现代人成功的秘诀

连 平 编

中国人事出版社

现代人成功的秘诀

连 平 编

中国人事出版社出版

(北京市西城区福绥境宏大胡同7号)

北京崇文电脑图文社录排

(崇文西兴隆街11号)

北京市太和印刷厂印刷

新华书店经销

787×1092毫米 32开本 6.25印张 13.7万

1990年10月第1版1990年10月北京第一次印刷

印数：00001—12500 册

ISBN7—80076—008—1/G·001

定价：3.30元

困境中的转机——代序

最粗壮的树，并不是生长在丛林中，而是生长在空旷的地方。

最成功的人，并不是生长在顺境里，而是生长在逆境中。

拿破仑说过：

“机会——我一手创造了机会！”

许多事若是在一帆风顺中，就无法有惊人的大突破，成功者多半都在困境中，激发出自我奇异的潜力，改造自己，创造历史。

处于经济形势动荡不停的时代，最主要的是个人对逆境的挑战力。

很多人在自己的工作岗位上，默默地、认真地尽力、尽心，但是，一辈子无声无息，寥寂而终。

这是一件很令人伤心的事。

之所以如此，是由于只知工作而不知方法，只知循例办事而不知突破自己。结果是绩效不彰，表现泛泛，这样的人怎么可能在瞬息万变的现代工商社会立足，进而出人头地呢？

这一本书从各种角度，介绍现代人自我突破的众多实用技巧。

唯有突破惯例，灵活运用创意，一个人，才能不断成长，不断超越自己。

在这些过程中，你才能有飞跃性的突破，从芸芸众生中脱颖而出，成为在各行各业中独占鳌头的人。

培根说过：

“能够突破自我，为自己不断竖立前进目标的人，定会事业有成。”

蜡烛下方是一片昏黑，你切莫为眼前一时的逆境而丧失心志。

请好好运用本书介绍的自我成功的秘诀，从今天起，为自己竖立前进的目标，你的成功就指日可待！

目 录

困境中的转机——代序

第一篇	如何开发自己的能力?	(1)
第二篇	如何给人好印象?	(11)
第三篇	如何使美梦成真?	(16)
第四篇	如何使人刮目相看?	(20)
第五篇	如何克服逆境?	(24)
第六篇	如何把握机会?	(34)
第七篇	“危机应变力”的自我测验	(45)
第八篇	如何使自己不断成长?	(54)
第九篇	如何击败心理的敌人?	(63)
第十篇	如何控制自己的情感?	(85)
第十一篇	如何激发斗志?	(96)
第十二篇	如何使用言词加强信心?	(103)
第十三篇	如何运用环境创造有利因素?	(117)
第十四篇	如何突破观念的束缚?	(127)
第十五篇	错觉战术的运用法	(135)
第十六篇	成功的推销法	(149)
第十七篇	动人的演讲术	(154)
第十八篇	如何与上司相处?	(161)
第十九篇	自我革新的秘诀	(167)
第二十篇	如何表现自己的才干?	(174)
第二十一篇	如何推销自己?	(178)
第二十二篇	如何建立良好的关系?	(182)
第二十三篇	对年青人的忠言	(189)

第一篇

如何开发自己的能力？

世上最缺乏的“资源”

经营学大师杜拉卡说过：“时间是最独特、最缺乏的资源。无法活用时间资源的人，必然无法活用其它任何资源。”时间象一张白纸，它的价值决定于使用方法是否妥切？谁都知道，一天有 24 小时。可是，如果有人问：“一天有多少分钟？”能够立刻回答的人，却寥若晨星。

你呢？你能立刻回答吗？一天有 1440 分钟，这就是答案。至于如何使用它，可就悉听尊便了。所有的人都平等地拥有时间，“时间就是金钱”这句话，颇有商榷的余地。因为，与时间相比，金钱的取得就容易多了。例如：嫌目前的收入太少，你可想办法，动动脑筋赚更多的钱；

可以在晚上或是星期天，兼个差，使收入增加；

可以向人借钱；

买爱国奖券，有时候也会意外地中奖，使你有一笔额外的进账。

说到时间，可就完全相反。你不能把时间一次全都掌握在自己手里；你不能向别人借到时间；你也不能把多余的时间借给别人；你也不能以“库存”的方式，把时间储备起来以后再慢慢使用；你更不能“预支”明天的时间……你能做到的

只是：如何活用现在的时间。

你的每分钟所得是多少？

一般人习惯于一个月有多少收入，有多少工资的“金钱感”，如果，我们改为“每一分钟所得”有多少这个观念来想呢？

方法很简单，先把你整年的工作时间合起来，换算为分，计算公式如下：

工资（收入）总数 / 整年工作时间（分） = 每一分钟的平均所得。

假设，你整年的工作时间是十万分钟，你的整年所得（包括工资、奖金、其他收入）是 40 万元，那么你的“每一分钟所得”的计算法是： $400000 \text{ 元} / 100000 \text{（分）} = 4 \text{ 元}$ 。

也就是说，你如果浪费了一分钟时间，就等于把 4 元钱丢进废纸篓里一样。这种观念叫做“每分钟金钱意识”。如此想来，时间就是现代人成功与否的关键，因此，实在有必要有效运用自己的时间。下面介绍的就是提高你这种能力的一些方法。着重于：如何活用一般人平时弃之不顾或是毫不在意的“零散时间”。你不妨多方参考这些方法，自己再创造出更多的时间运用法，不断开发自己潜在的能力。我们以一位工商界的推销员的工作为例，有效运用“零散时间”的方法至少有以下几种：

爽朗觉醒法

早晨的心态与气氛，对当天的行动影响颇大，因此，如何安排一日之计的早晨，是一件大事，早晨一醒过来，绝不能留恋在被窝里。这与你的“职业观”有关。

对工作持消极观念的人，醒过来后，总是告诉自己：

“唉！今天又得去做令人厌烦的推销员工作呀！”如此对自己做“负面暗示”，你就心情沉重，懒得起床。这是自设障碍于心中，世上再没有比这更愚蠢的事了。

要是对自己的工作持积极观念的人，醒过来后，他会告诉自己：“美好的一天又开始了，今天我要好好加油，创造更好的业绩……”如此对自己做“正面暗示”，你就顿觉精神百倍，恨不得一下子就飞到办公室去。

你对工作的态度至为重要。你必须以自己的工作为骄傲，做一个“快乐的推销员”，做一个“追求成功的推销员”。

快速出门法

起床后，漱洗、穿衣、打扮，是早上相当耗费时间的事情，尤其在穿衣、打扮方面，只要你采取有效的方法，就不至于占用你太多的时间。

在前一天晚上就寝之前，你要把今天穿的衣服（包括领带、袜子、鞋子等）决定好，并且放在固定的地方：千万不要醒过来以后再想“今天该穿哪一件西装？该结哪一条领带？”以免在如此犹豫之间，时间不断地白白消耗了，人也会着急发慌，等于未上战场，已经心乱如麻，怎么能打胜仗呢？

同样是时间，早晨与前一天晚上的价值完全不同，因此，必须在前一天晚上准备好第二天该穿、该带的东西。

自我介绍法

对初次见面的人做自我介绍，是使推销成功的关键。顾客对你的第一个印象，决定于见面的二、三秒内。对顾客来个不顺眼，惹人厌的自我介绍，你就休想洽谈成功。

自我介绍的时候，你要全力以赴，时间最多不要超过三分钟。事后还得好好思考一下成功与失败的经验。

自我介绍的要领是：

- 1.重点突出；
- 2.内容明确；
- 3.引起兴趣；
- 4.时间要短。

至少要介绍的项目是：

- 1.公司名称；
- 2.辖属部门；
- 3.自我姓名。

自我介绍要做的不卑不亢，诚意十足。

每天早晨，面对镜子练习一次（三分钟左右），坚持连续练习三个月，你就会判若两人。

等候时间活用法

推销员访问顾客时，经常要在客厅或是办公室等候。这一段零碎时间可不要茫然度过，或是在焦急中任它流逝。推销老手得有效地灵活运用这段时间，他会乘机做很多事，例如：

- 1.处理有关的文书、资料；
- 2.给顾客或准备给顾客写短信；
- 3.拟定访问顾客计划等等。

访问顾客之前，你要预计到一定会有等候的时间，把必要处理的文书、资料，事先就准备好。想写信就准备信封、信纸、明信片。想运用那段时间思考某种主题的创意，你就事先准备一些小卡片（或是袖珍本备忘录），以便随时可以

派上用场。

三分钟说服法

“裙子与演讲，越短越好。”有这么一句俗话。推销术当然也可以套用这个道理。要施展口才说服顾客，说话术绝不能像老牛拖车。最重要的是：简洁有力，时间以三分钟为限。

洽谈时间因对象而异，何以必须设法在三分钟内完成？因为短到极端，对方就难以了解。相反，太长了对方就焦躁难耐。一般推销员是不速之客，谁愿意高高兴兴听一个不请自来的人对自己长篇大论？

使用三分钟说服法，当然需要下一番功夫去练习。方法如下：

1. 先把自己要说的话，以口语形式写在稿纸上。

2. 以普通的说话速度，一边试着念下来，一边看着表，抓住大致的感觉。

3. 如果时间超过，你就删去冗长的部分，再练习几次。

如此一来，洗练的精采的推销语言艺术自然具备在身，有益于提高你的命中率。

即时告辞法

告辞不得要领，你就容易浪费时间。尤其是缔结合同成功的时候，由于欣喜、感谢的情绪充塞全身，往往使你长坐不走。这不但浪费了时间，也容易引起对方的变卦。

例如，你一时高兴，向顾客说：“敝公司预定，最近还要发售这种商品的新型机种……”这时候，说不定对方来一句：“那么，我就等到那个时候再买吧。”已经到手的生意，

也就这样吹了。所以说，推销员在缔约成功后，务必及早告辞。

有些推销员，嘴里说：“我该告辞了。”可是说了这个话之后，却仍然坐在那里交谈数十分钟，给人拖泥带水的印象。

决定告辞，就立刻起而行动，切莫迟疑。

来客应对法

通常，推销员以访问顾客为主，但是，有时候顾客也会到公司来访问你。这时候应对如何，对推销的成果就有莫大的影响。

你必须注意下面的几个要诀，并且在顾客离去之后，扪心自问是否都做到了？如此再三历练，应对的态度和技巧，就必然能够日益进步，你必须记住的几个要诀是：

- ① 始终露出发自内心的微笑。
- ② 以自然而亲切的态度，与顾客接触。
- ③ 措词得当。
- ④ 注意其他社交礼节。
- ⑤ 顾客告辞的时候，恭送如仪。

三分钟通话法

有些推销员习惯于电话中长谈。要解决这个问题，只须给自己定下“任何电话都以三分钟说完”做为目标，并且立即执行。如果做不到这一点，显然是说话技巧拙劣所致。

以美国来说，电话推销术的铁则之一就是：通话时间绝不能超过两分钟。要把三分钟之内长话短说，你必须在打电话之前，把想说的内容整理成几个要点，这样就不至于浪费

时间。

在电话中向对方要求探询或是调查某一件事的时候，千万不要拿着电话穷等。你必须先挂断电话，在适当的时间再打过去。如此一来，对方也能从容寻找或调查，说来双方都有好处。

情报收集法

积沙可以成塔。一天学习一个字，一年就学到三百六十五个字。任何事只要点点滴滴，累积下来，必有惊人效果，情报收集当然也可以套用这个道理。

推销员在日常获得情报的机会相当多。但若是没有立刻记录下来，珍贵的情报也容易忘记（消失无踪）。只要随身携带卡片，你就随时都能记录下来。

如果，你存心一天收集三个情报，一个月工作天以二十五天计，每月就有七十五个，一年十二个月，至少也有九百多个情报量。这个计划也可以称为“一天三问法”，一天“三问”是最低量，所以，实际收集的情报量，就多到数倍或是数十倍。

每天只运用五分钟做这个工作，一年就有这么多收获，足证积沙成塔这个格言，绝非虚假。

即时处理法

不少推销员，懒得握笔写信，但是，写信是推销成功的有效利器之一，实在不能小看。必须回复的信，一边看信一边就要思考回信的内容，并且把要点记在那封信或是便条上。这么做，看完了信就能立刻写回信，那时候，只要三分钟就足足有余。

商业书信的内容，比一般的信还多，如果，每次都要当时才思考，也是耗时颇多。不妨把每次的回信都影印一份留下来，有必要时只改变某些部分，就无须次次另起草稿。寄出去的信，都能影印留底，是一件很有利用价值的事。请你好好运用。

又，事先把各种用词列出，以便从中随时选出妥切的言词写出文章——这种“商业书信文章构造法”（paragraph system），也不妨多加活用。

这些“技巧”，都能帮你节省不少时间。

会议省时法

推销员经常参加各种会议。如果，会议的结果是，“开而不议，议而不决，决而不行”，就耗费了时间、劳力、金钱，实在是得不偿失。消灭会议的损失最好方法是，取消无用的会议，只开那些有必要的会议。

有必要的会议，也得动动脑筋，想出活用的方法，才能尽量缩短时间。例如：任何人的发言，都控制在三分钟以内。会议中提出的资料，事先要设法浓缩为几个要点，让与会者都能在三分分钟内看完；或是将它图表化，使人一目了然。这种努力，万不可缺。

文件舍弃法

不少推销员，把种种文件订存、保留，目的似乎是为了“总有一天还会用到”。这种观念颇有修正的必要。真正需要那个资料的时候，你不能随时得手。例如，分发那个资料的负责人手边，一定把那份资料，留存备用。

换句话说，你手中百分之八十以上的订存档案（文

件)，实无必要长久保留。把这些无须留在手边的东西舍弃，不但节省了订存的时间，在心理上也会带给你“一身轻”的感觉。

所谓可以舍弃的文件、资料，举例来说就是：

- (1) 开会通知单。
- (2) 已经事过境迁的指示单。
- (3) 从其他部门来的参考备用资料等。

舍弃与否的基准有四种，只要以这种基准去判断，你将会发现该丢弃的东西，实在不少。这个思考、判断的基准就是：

- ① “没有它，我就无法提高推销业绩吗？”
- ② “没有它，公司会倒闭吗？”
- ③ “它是不是经常需要参考的东西？”
- ④ “它是不是珍贵到只有一份？”

短时间阅读法

对阅读“敬而远之”的推销员，比我们想像中还多。有些人甚至振振有词地说：“我是务实派，我认为实践比理论更重要，所以，无须多方阅读。”其实，理论是务实的基础，有了理论基础的推销员，他的业绩一定逐月大进。

又，阅读可使你吸收很多成功人物的经验，无须费日损工去亲历，等于节省了你“尝试错误”的时间，比别人更快走向成功。也能帮你确立人生观、职业观，助你成为更成熟、更有深度的人物。

阅读要讲究技巧才能广泛涉猎群书。从有效使用时间的观点来看，你必须养成“速读”的习惯。它的好处是：① 以短少的时间可以阅读多量的书。② 时间虽短，也能随遇而

读。

普通的书，就以“速读”为宜。先看看目录，择要“跳读”，遇到你认为重要的部分（通常，一本书的精华，只集中于几页），就边看边划出红线，以便日后只看红线的地方，就能抓住重点，唤回记忆。实施这个方法后，每天只要花一个小时，一天就能看完二百页左右的一本书。一个月至少可以看二十本书。专业性的书，不妨精读，且一再温故知新。

“一个懒于阅读的推销员，必定成为时代与工作的落伍者。”美国推销大王李达曼所说的这句话，值得普天下的推销员，深思再三。

第二篇

如何给人好印象？

怎样给人脑筋灵敏的印象？

某杂志为了开拓销路，打算刊登“名家连载小说”。两个编辑奉命赶到某地一幢别墅，访问住在那里的一位名作家。目的当然是请他写杂志社构思已久的连载小说。两个编辑中的一个，是资深编辑（姑且称为 A），另一个是进杂志社不到一年的资浅编辑（姑且称为 B）。由于 A 即将另有任务，才特地带 B 同去，以便此后由他代替 A，按月向那位名作家取稿。

A 为了让 B 与名作家建立关系，在洽谈过程中，一直以陪伴者的身份，坐在一旁，让 B 与名作家打交道。问题是在，当名作家与 B 交谈的时候，B 只会偶尔点头附和，对名作家所说的话，自始至终，没有表示过“这个情节很有趣”“这种高潮安排得不错”之类的反应。甚至对小说结构上的一些疑点，B 也未曾提出询问。

隔天，那位名作家打电话给 A，问说：“昨天，你带来的某某编辑，脑筋是不是很迟钝呀？”一位心理学家，从 A 口中听到这件事后，告诉 A：“名作家的疑问乃理所当然。”

心理学家的解释是这样的。说话的人，下意识中都有这