

不当老板就当金领

为什么满大街自以为很有本事的聪明人，过了30岁就碌碌无为？

为什么总是你找工作，而不是工作找你？

如果阅读本书用掉你一个周末，也许某个启示会让你受益一生。

阅历越深，感悟越深！

不当老板就当金领

——写给5000万奋斗不息的白领和大学生朋友们

作者：余晓雷

广西民族出版社

不当得利金额

THE FOLLOWING INFORMATION IS FOR INFORMATIONAL PURPOSES ONLY.

THE FOLLOWING INFORMATION IS FOR INFORMATIONAL PURPOSES ONLY.

PLEASE CONTACT US AT:

THE FOLLOWING INFORMATION IS FOR INFORMATIONAL PURPOSES ONLY.

不当老板就当金领

无论您翻到哪一页，无论您从哪一段看起，您都会爱不释手，这就是本书的超级魅力。

如果阅读本书用掉你一个周末，也许某个启示会让你受益一生。

阅历越深，感悟越深！

不当老板就当金领

——写给5000万奋斗不息的白领和大学生朋友们

广西民族出版社

图书在版编目(CIP)数据

不当老板就当金领/余晓雷著.

—南宁: 广西民族出版社, 2007. 6

ISBN 978-7-5363-5306-0

I. P... II. ①余...②黄... III. 成功心理学 通俗读物
中国版本图书馆CIP数据核字

不当老板就当金领

出版发行	广西民族出版社 (地址: 南宁市桂春路3号 邮政编码: 530028)
发行电话	(0771) 5523216 5523226 传真: (0771) 5523246
E-mail	CR@gxmzbook.cn
责任编辑	隆海人 杜洪
封面设计	覃汝亮
版式设计	覃汝亮
责任校对	黄 清
责任印制	姜为民
印 刷	南宁市光芒印刷有限责任公司
规 格	787mm×960mm 1/16
印 张	12.75
字 数	200千
版 次	2007年 6 月第1版
印 次	2007年 6 月第1次印刷
印 数	1~10000册

ISBN 978-7-5363-5306-0/Z · 597

定价: 32.00元

前言 1

猎头的渔网	1
-------------	---

自序 4

从感动到行动	4
--------------	---

上篇 解惑 7

超级金领心态的养成	7
A1 心态问题的根源	8
A2 看透人性的慧眼	10
A3 王侯将相 宁有种乎	16
A4 超级金领的职业生涯规划	22
A5 大智慧 金领获得快乐的健康心智模式	28

中篇 传道(做事、做人、管事、管人) 33

超级金领知识积累的系统平台	33
B1 课题一 超级金领是怎样炼成的?	34
B2 课题二 “做事” 需要哪些必备知识?	38
B3 课题三 “做事” 营销员需要哪些必备知识?	47
B4 课题四 线上品牌广告专员的必备知识	56
B5 课题五 线下市场专员的必备知识	64
B6 课题六 做人 超级金领是怎样做人的?	72
B7 课题七 做人 超级金领如何讲义气?	74
B8 课题八 做人 超级金领如何讲诚信?	80
B9 课题九 做人 超级金领的中庸之道	84
B10 课题十 做人 超级金领的幽默人生	89
B11 课题十一 管事 需要哪些必备的知识?	97
B12 课题十二 管事 超级金领如何做决策?	99

B13 课题十三 管事 超级金领如何做分工?	107
B14 课题十四 管事 超级金领如何去指挥?	112
B15 课题十五 管事 超级金领如何总结工作?	116
B16 课题十六 营销经理如何管事?	120
B17 课题十七 广告、品牌经理如何管事?	132
B18 课题十八 市场部经理如何管事?	141
B19 课题十九 管人 需要哪些必备的知识?	151
B20 课题二十 管人 如何建立互信?	153
B21 课题二十一 管人 如何设定规矩?	158
B22 课题二十二 管人 如何打造企业文化?	163
B23 课题二十三 管人 管事的最高境界:禅	168

下篇 授业 173

超级金领的“六艺”	173
下篇要义师道	174
C1 授业教案一 沟 通	177
C2 授业教案二 推 销	181
C3 授业教案三 谈 判	187
C4 授业教案四 客户管理	189
C5 授业教案五 终端管理与实地营销	190
C6 授业教案六 团队管理	191
C7 授业教案七 我要……“留一手”!	192

掩卷思 194

祖母祭	194
-----------	-----

后记 196

工作找你,还是你找工作?	196
--------------------	-----

跋 198

“放牛”南宁的阿雷	198
-----------------	-----

金领，三大修炼，盖就取巧金字塔尖上的案儿！



前言 ●

猎头的渔网

—— 猎头是怎样“搜猎”年薪50万金领的？

相信很多朋友对猎头已经不陌生了，我自己也经常接到他们神秘的“搜猎”电话。

有一次，出于好奇，我问他们：“什么人会进入你们的渔网？”

一位老兄苦笑道：“我们国家有5000万白领，可是能够进入50万年薪猎头网的‘金领’还不到5000个，真正的万里挑一啊！”

究其原因，这位老兄解释道：“我们现在的猎头人才来源是两个，一是外企，一是私企。”

外企出来的人才，都被我们称为“流程中人”。无论以前职务多高，企业多大多有名，他们只会自己工作流程的那一段。离开熟悉的流程，他们就成了“温室里长大的孩子”，不能够独当一面。稍微全面一点的，也“只会开飞机，不会开拖拉机”，离真正的企业家还有一段距离，所以，很多企业请他们做CEO，当空降兵，往往不到半年，不欢而散。

私人企业出来的人才，我们称之为“江湖中人”。讲究忠义第一，本事第二。真有点本事的，总想着自己当老板；本事一般的，又缺乏系统管理的技能。这样的人才，离开原来的企业，心态很难调整好；到别的企业，也很难再有合适的发展空间。

那么，万里挑一挑出来的是什么人呢？

答曰：**是知识、技能、心态三方面都很优秀的人。**

我豁然开朗。

知识决定眼界，知识的重要自不必说。

老相声里有一个段子，说的是山东地方戏里的唱词：

听说那皇上要出宫，
忙坏了娘娘东西宫，
东宫娘娘烙大饼，
西宫娘娘卷大葱！

在当地人眼里，烙饼卷大葱就是皇帝的美食了，这是知识面不够，造成了视野不开阔闹的。营销、管理知识日新月异，不读书不看报，不培训不总结，也是难有进步的。

但是做营销，做管理，仅有知识是不够的。

你把《怎样弹钢琴》背得滚瓜烂熟，考100分，但是你还是不会弹；你把《怎样开汽车》倒背如流，但是除了你自己，谁也不敢坐你的车。朋友们经常开玩笑：财经博士炒股，往往亏得血本无归；名牌大学管理学院的管理，往往是最无头绪的。

所以，还有一种重要的东西，叫做技能。

古人说：“技不离身，技不压身。”

技不离身，就是说，你学会或掌握了一门技术，是很难忘记的，比如说，小时候记的英语单词，背的元素周期表，这些知识性的东西，可能已经忘记了，但是，我们学会了骑车，学会了游泳，是不会轻易忘掉的。**如果学会了管理，学会了推销，也是一辈子不会忘掉的。**

技不压身，意思是，你力气很大，给你一亿元的硬币你不一定扛得动，但是，师傅教你一百种、一千种本事，只要你有心学习，是不会把你压垮的。所以，多学本事是没错的。

机器一通电就运转，电脑一开机就工作，但是，人不行！人要是情绪不高，心态不好，知识再多，技能再强，也做不出事情。所以，心态管理是最重要也是最难的。

我们接下来就从心态、知识、技能三方面开始超级策划，让我们也成为那万分之一！

从感动到行动

——“超级女声”之后的超级金领大策划

夏日的某天，蒙牛的朋友、南方某报的朋友，都打电话来说：“老余，今晚要把任何事情放一放，帮忙看一看今晚的‘超女总决赛’，多提宝贵意见。”生怕我不看，就用激将法说，谁谁都开骂了，这个热闹你不看白不看，不看别后悔啊。

受人之托，忠人之事。怀着“为朋友牺牲一个周末”的心情，坐在了电视机前，没想到这一坐，三个多小时里就再也不想起来，直到冠军诞生的一刹那，三十几岁的大男人，眼泪止不住流了下来。

●感动：“想唱就唱”

想唱就唱，想说就说，想做就做。

只要不违法，没有人会认为这有什么不对。

然而，在某些人的眼里，人是分三六九等的，意思是雅人是雅唱，俗人就是俗唱。

“超女”没有争辩“我是俗人我怕谁”，只是默默地，又是张扬地，和一代想唱就唱的女生，一路风雨，走到今天。

让“想唱就唱”的人来自由地唱，大家都来做“超女”，没有推荐，没有包装，你也有份，我也有份，邻家女孩有份，表姐表妹有份，同学工友都有份。作为活动的策划，把参与度深入到这种程度，不想成功都难。

让“想投就投”的人来自愿地投票，一元一条短信，有点贵，作为外围的发动，动员力提高到这个层次，短信公司不想赚钱都难。

让“海选”VS“海投”，对于活动的成功，功不可没，这是我的第一点看法。

●精明：悲情的“娱乐秀”

如果说奥运精神是“重在参与”的话，我想“超女”也是。

我们不期望一场自娱自乐的歌唱运动（选秀运动），能选出什么专业

人才，或展示出什么新潮唱法，或推出什么划时代意义的作品，它只是一个地方电视台的一个普通节目，娱乐自己，娱乐大家，如此而已。

如果大家都认同这种定位，则赵钱孙李相安无事。

但是“庸人自扰”这个成语可不是白发明的，在“封杀”、“抵制”的声音此起彼伏时，精明的策划人在后面窃喜。

大家都记得赵本山的“请问先杀猪还是先杀驴”的脑筋急转弯的小段子，非常好玩吧。

异曲同工的是一个美国出版商，他写了一本书，请总统提宝贵意见。碍于情面，总统说“写得不错”，出版商大加炒作，说这是一本总统评价为“写得不错”的书，销量直升，总统知道了自己被利用，很不高兴。

他又写了一本书，又请总统提宝贵意见。总统生气地说“写得不好”，出版商大加炒作，说这是一本总统评价为“写得很臭”的书，销量更是大涨，总统知道了更不高兴。

他又写了一本书，再请总统提宝贵意见。总统这回一言不发，出版商把总统毫无表情的照片作为封面，大加炒作，说这是一本总统“不愿置评”的书，销量又是大涨。

学过形式逻辑的人都知道，这只是一些小小的逻辑圈套，但是把它运用到市场营销或者政党竞选中，却非常有效。

一则台湾的竞选广告，让我记忆犹新：那小子卷着裤腿，用闽南话大声地煽情：“他们，是外来的，我们，是这里的；他们，穿皮鞋，我们，穿草鞋。”我自我感觉从那以后，对营销的认识，视野豁然开朗。这是题外话。

其实，这个逻辑圈套，就是一种区隔定位的技巧，比如：把自己定为一个强势对手的对立面，以搏取同情，对手越打压，他收获越多的同情，市场支持度就反弹得越高。

“超女”把从国外抄来的一个选秀节目，定位在一个“想唱就唱”的悲情地位，让无数扑面而来的理想主义者、英雄主义者、庸俗主义者，或自以为代表正统的道貌岸然者的言行，无论褒贬，纷纷入瓮，收视率被免费的炒作弄得急速攀升。可以看出文化产业中，已经有市场策划高手，在“混入”这个高雅的队伍。

一些细节的策划，一些本土化的改良，一些商业、科技手段的创新，让人耳目一新，说明团队中，有许多很不错的年轻策划人在参与；用国际化的视野，加上本土化的创新，这种商业捷径，我认为值得有志在文化产业里准备或正在大展拳脚的朋友们深思与借鉴。

说老实话，我以前是没看“超女”的，在几个自称喝人民奶水长大的大腕抨击“超女”之前。因为娱乐市场的丰富多彩，让人无从选择了。

大腕开骂了，像我这样天生爱凑热闹的人，被朋友一激，就免不了要往里挤，以求看个究竟。那晚看了，感动了。第二天早晨起来，想到人家该娱乐的娱乐了，该赚钱的赚钱了，该出名的出名了，关我什么事。

想到这里，不禁莞尔。

●行动：超级金领大策划

后来又想，中国策划人除了策划娱乐、赚钱和骂人，难道没有别的可策划了？

为什么**我们总是说，中国“人口众多”，而不敢说“人才众多”**？

人口是负担还是资源？人口转变为人才的“点金术”是什么？

我曾经在一次演讲中说过：“天下兴亡，营销有责。”我们5000万白领、“超级”营销广告职业经理人，他们在干什么？对于他们的学习，他们的成长，我们的策划人能做点什么？

韩愈说：“师者，传道，授业，解惑也。”

我们可以策划超级娱乐，当然也可以策划超级管理；可以策划“超级女声”，当然也就可以策划培养“超级”经理，或者说让每个职业经理人，学会策划自己的职业生涯。

于是，在家人和朋友的鼓励下，我拿起笔来。

本书交付出版发行前不久，胡润的中国财富排行榜公布了。

作为我本人，对这个排行榜没有丝毫的褒贬。不管100强也好，500强也好，对于中国的13亿人来说，都是一个极小的比例，小得比中彩票大奖的概率还要细微。这也说明，某个普通人要成为这排行榜上的一员，是近似于不可能事件的小概率事件。

记得小平老人家讲过一句话，大意是基本路线要想一百年不动摇，**处级以上干部是关键。我们的经济要稳定增长，我觉得培养好5000万“超级”职业经理人，是关键中的关键。**

我写作此书，就是要把自己在职场中十几年的所见、所闻和所感写出来，让5000万兄弟姐妹们少走点弯路，多一些精彩！**我们不一定都当金领，但是我们每天都要进步！**

这样一想，尽管自己才疏学浅，又不禁有些兴奋。

上篇
解惑 超级金领
心态的养成



A1

心态问题的根源

金领成功，贵在心态。

心态不稳，根源有二：觉得不公平，盲目的创业欲望。

●十个手指头有长短

很多人都曾经觉得，这世界对自己很不公平：

出身不公平，上学不公平，上班不公平，奖金不公平，分房不公平，分配不公平，等等。如：老板的江山是大家一起打下的，老板得那么多，我们得这么少，太不公平了！

然而，任何人都知道，十个手指头各有长短，但是还没见到哪位仁兄为了公平，而把手指头砍成一样长短的。

任何人都知道，地球表面是有山有水的，但是还没见哪位愚公，把所

有的山铲平，全部填到海里，让地球变成一个大操场的。

要想挑拨两个人的关系，最管用的办法就是，告诉他关于他俩的不公平：你看，你俩同一天进公司，老板每次都派他去出好差，这次培训本来是该你去的，但是，嘿嘿……

要想挑拨两个国家的关系，最管用的办法还是，告诉他们关于他们之间的不公平：这个海域的石油、天然气是大家的，为什么他们可以开采，你们不早下手？

所以，觉得公平与否，是心态是否平衡问题的主要根源。超级金领首先要过这一关。

公平二字，有如此大的威力，我们用什么智慧才能化解这一心结呢？

●调节利益预期

古人说：“知足者常乐！”

但是，为什么那么多人不知足，那么多人乐不起来呢？

这是因为，人们不懂得调节“既得利益”与“期望利益”之间的预期空间。

如果大家都知足常乐，社会就没有进步了。

我们要调节的是，得到多少才叫足，足到什么程度才可以乐。

我们首先设定我们的“期望利益”，当我们的“既得利益”能达到“期望利益”的60%以上，就叫知足的话，我们就可以乐了，而不要去管别人达到了70%还是100%。懂得了0.618黄金分割的知足预期，我们对事也心平气和了，看人也顺眼了。有了平和的心态，我们就“超越公平”，具备了做“金领”的宝贵素质。

●除了公平，盲目的创业欲望，也是影响职业经理人心态平衡重要、复杂而普遍的因素。

90%的人，是不适合创业做老板的，但是相当多的职业经理人，会有创业的冲动。几个好朋友聚在一起就蠢蠢欲动，结果往往只有少部分成功了，绝大多数不但把多年的积蓄亏得精光，把多年积累的人脉损害得体无完肤不说，还把家人朋友亲戚拉下水，自己抬不起头来。

我下面用三章的篇幅从人性及实践的角度，来看看创业欲望对我们做金领心态的影响。



酒色财气四堵墙，
人人在这里头藏！

阿雷
2007.8.18

看透人性的慧眼^{A2}

创业欲望是人性深处固有的，还是后天形成的？什么是盲目的？什么是科学的？

我们需要“明心见性”。人心难测，所以人性也难测。明心见性，谈何容易！

但是一些古老智慧给了我们慧眼，一些现代管理理论又给了我们分析的方法和工具。

让我们从普遍的人性开始，接着来剖析职业经理人的的人性、老板的人性。

●酒色财气四堵墙，人人在里捉迷藏。

古往今来，无论帝王将相，高僧大德，贩夫走卒，概莫能外。

因为这是人性。

我们先辈用词精炼，“酒”可以泛指食欲，有人喜欢川菜，有人喜欢红烧肉；“色”可以指各种心理上的爱好，有人喜欢各种音乐，这叫音色，有人喜欢旅游，这是景色，有人喜欢时装，有人喜欢集邮、钓鱼；钱财是生存的根本，荣誉、地位、理想是人的“气”，“大丈夫不可一日无权，小丈夫不可一日无钱”，这句话把“财、气”二字，阐释得再透彻不过了。

以上说的是人的自然性。

人还有社会性。比如：阶级性、民族性。

按照马斯洛的说法，人处在不同的阶层，需求是不一样的，我们以前还用阶级成分来划分坏人好人，理由是阶级立场不同，动机就不同。现在，法律看重的是行为的事实结果。

很多韩国人是不开日本车的，哪怕它再便宜，再省油。犹太人与纳粹是不共戴天的，纳粹分子改头换面躲到天涯海角，犹太人挖地三尺也要把他挖出来。这就是民族性。

人往高处走。

无论是为了满足酒色财气的欲望，还是为了提升自己、家庭，乃至整个宗族的阶级地位，或是为了实业兴国，教育兴国，实现民族复兴，人性里都有创业的冲动。

●不想当元帅的士兵，不是好士兵吗？

不想当元帅的士兵，当然不是好士兵！

但是，为什么那么多士兵当不了元帅呢？是士兵人多，元帅名额少吗？

我们先来看看：为什么那么多职业经理人当不了老板。

几年来，我在思考，同时在做一個有意思的调查。

我把职业经理人的主要需求，列为四项，可以多项选择：

A.挣钱 B.学本事 C.交朋友 D.当老板

结果是：A.97% B.71% C.59% D.21%

我对这个结果的真实性很有信心，因为我用的是陈云同志的亲友调研法。