无须逼疯员工
也会取得疯狂业绩

老板激励员工的100种技巧

史蒂夫·钱德勒
斯科特·理查森 著
张晓鹏 李 姝 贾明辉 译

辽宁教育出版社

关于作者

史蒂夫·钱德勒是诸多位列财富 500 强的公司聘请的领导能力培训的主要演讲人与公司商务顾问，他同时还是一位颇具声望的演讲家（复活媒介的阿瑟·莫雷这样评价史蒂夫说：“史蒂夫·钱德勒是高度竞争的激励讲座领域中最为正宗与最富鼓动力的人物。”），史蒂夫·钱德勒的处女作《自我激励的 100 种方法》被芝加哥论坛报评选为 1997 年度最佳有声读物，他的著作现已被翻译成七种语言，他本人也跻身于全球畅销书作家之列。他的个人网站是：www.stevechandler.com。

斯科特·理查森出生于密歇根州的底特律，在亚利桑那的图森长大。他 1980 年毕业于杨百翰大学，在校期间主修英语语言学，副修中文并取得英语语言学学士学位。他于 1983 年获得了亚利桑那州立大学法学院颁发的法学士证书，他从事移民法与伤害法具体法律实践长达 20 余年之久，并于 2000 年开始进入管理咨询与培训行业。本书是他诸多著作中的第一本。他现与家人生活在亚利桑那州。

史蒂夫·钱德勒的其他作品：

《自我激励的 100 种方法》

《重塑自我》

《创建良好关系的 50 种方法》

《销售的乐趣》

《束缚你的 17 个谎言》

《调整关系》

老板激励员工的100种技巧

无须逼疯员工也会取得
疯狂业绩

史蒂夫·钱德勒
斯科特·理查森 著

张晓鹏
李 姝 译
贾明辉

辽宁教育出版社

版权合同登记：图字 06-2005-193 号

图书在版编目（CIP）数据

老板激励员工的 100 种技巧 /（美）钱德勒（Chandler，S.），（美）理查森（Richardson，S.）著；张晓鹏，李姝，贾明辉译. —沈阳：辽宁教育出版社，2006.12

ISBN 7-5382-7831-1

Ⅰ. 老… Ⅱ. ①钱… ②理… ③张… ④李… ⑤贾… Ⅲ. 企业管理：人事管理—激励—方法 Ⅳ. F272.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2006）第 087857 号

100 WAYS TO MOTIVATE OTHERS © 2005 Steve Chandler and Scott Richardson. Original English language edition published by Career Press, 3 Tice Rd., Franklin Lakes, NJ 07417 USA. All rights reserved.

本书中文简体字版由美国 Career Press 授权辽宁教育出版社独家出版，未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权所有，翻印必究

出版 辽宁教育出版社
（沈阳市和平区十一纬路 25 号 110003）
发行 辽宁教育出版社
印刷 沈阳全成广告印务有限公司
版次 2006 年 12 月第 1 版
印次 2006 年 12 月第 1 次印刷
开本 850 毫米 × 1168 毫米 1/32
印张 6.75
字数 200 千字
印数 5000 册
定价 18.00 元

译者 张晓鹏 李姝 贾明辉
总策划 马旭东
总发行人 刘国玉
责任编辑 李姝 叶北宁
技术编辑 宋奎成
封面设计 刘冰宇
责任校对 赵霞
版式设计 熊飞

谨以本书献给

罗德尼·梅尔卡多

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

作者致谢

首先感谢最伟大的导师罗德尼·梅尔卡多——多达十个领域中的天才，亚利桑那大学音乐系小提琴教授。

还要感谢查克·库恩拉德特，他的激励培训并非局限于讲授的阶段，他同时还创造了一套行之有效的培训系统“工作游戏”，并在多个工作场所产生了令人瞠目的结果与乐趣并存的奇特效果。查克首先将此系统运用于自己的公司里，并就此为他的“积极态度音像公司”带来了巨大的效益，随后，查克意识到他的系统对于其他的公司，无论规模大小，同样具有非凡的价值，于是，“工作游戏”开始为众多的公司创造越来越多的效益，其中就包括我们的公司。

我们还想感谢史蒂夫·哈迪逊，那位独树一帜的培训奇才，我们曾经多次描述过他所创造的培训奇迹，但那似乎是永远也写不完的。

还要感谢罗恩·弗赖伊，斯泰西·福尔卡斯以及迈克尔·派伊等出版公司的同事们，多年来，他们为我们的写作与出版提供了极大的帮助。

我们还希望以此书纪念已故的林顿·杜克（1941—2004），一位杰出的教育家、激励大师和挚友。

生意只是一个数字的游戏，真正的成就却是应该用那些永恒的精神财富来衡量：友谊常青，实现自我价值，与人为善，学识渊博等等，换言之，真正的成就属于那些带着最多的喜悦离开人世的人。

——**戴尔·道庭**

目 录

引言　该去钓鱼了 —— 15

1　激励源于哪里 —— 17
2　学会自律 —— 18
3　先听后说 —— 21
4　争取做事物的主导，而不是被动接受结果 —— 22
5　停止在背后对上级说三道四 —— 23
6　专注做好一件事情 —— 24
7　不断给予反馈信息 —— 27
8　善于听取员工的建议 —— 29
9　倡导变化 —— 31
10　区分员工中的积极者与消极者 —— 34
11　以身作则 —— 37
12　思想的魔力 —— 38
13　迅速看清真相 —— 41
14　努力工作不等于负重前行 —— 43
15　管理你的上司 —— 45
16　把你的水枪放到一边去 —— 46
17　怎样的人才是真正的领导者 —— 47
18　你所管理的应该是某种约定，而不是去管理人 —— 49
19　注重结果，不要让理由与借口浪费你的时间 —— 53
20　为了结果而辅导员工 —— 57
21　游戏人生 —— 62
22　有的放矢 —— 66
23　善于发现人的潜能 —— 68
24　掌握督促员工的艺术 —— 71
25　培养你心中健康的自我意识 —— 72
26　录用那些真正拥有动力的人 —— 74
27　不要在面试过程中过多介绍自己 —— 76
28　不被所谓的“能力极限”所迷惑 —— 77

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

29 既是好警察，也是坏警察 —— 79
30 何必疯狂 —— 80
31 拥抱并不是与员工搞好关系的办法 —— 82
32 先处理最棘手的问题 —— 84
33 学会做实验 —— 88
34 有意识地沟通 —— 89
35 懂得给员工的表现打分 —— 90
36 从基础抓起 —— 94
37 用行动带动他人 —— 96
38 了解员工的优点 —— 98
39 反诘自己 —— 105
40 领导者的语言 —— 107
41 多运用赏识方式 —— 110
42 赋予你的员工说“不”的力量 —— 111
43 让员工明白客户永远是友好的 —— 113
44 好钢用在刀刃上 —— 117
45 用好十分钟 —— 118
46 你希望增加的是什么 —— 119
47 让心软下来 —— 121
48 培养有始有终的做事习惯 —— 122
49 计算你的行为 —— 124
50 加入其中 —— 126
51 激励他人，先让自己放松下来 —— 128
52 不要轻言放弃 —— 132
53 用你的热情带动他人 —— 134
54 鼓励那些全神贯注的员工 —— 137
55 唤醒内心的稳定 —— 138
56 领导者不必总是正确的 —— 140
57 唤醒自己 —— 141
58 始终要做给他们看 —— 143
59 像照相机那样聚焦 —— 146
60 把管理想象得更容易一些 —— 149
61 打消员工不必要的疑虑 —— 150
62 逐步减少你反对别人的次数 —— 151
63 不断学习 —— 154

64 领导不是这样的 154
65 倾听员工的心声 156
66 轻松地工作 157
67 守住你最小的承诺 158
68 给对方力量 160
69 别忘了深呼吸 163
70 你有时间 164
71 充分发挥截止期的作用 165
72 变焦虑为关注 167
73 让头脑主宰你的行动 168
74 建立一种认可的文化 170
75 责任的概念 171
76 老板也要接受辅导 173
77 一切都在今天 175
78 了解人的内在力量 176
79 忘记失败 179
80 懂得咨询，更要懂得行动 180
81 勾画愿景 181
82 停止左顾右盼 182
83 领导者的销售技巧 183
84 坚持原则 186
85 主导你与员工的关系 188
86 只管提出你的要求 189
87 不必改变你自己 191
88 给你的电子邮件注入活力 193
89 停止催促 195
90 变直觉为知觉 196
91 着眼未来 198
92 授人以渔 200
93 不要为变革而道歉 201
94 让他们自己去发现 202
95 做一名坚忍的乐观主义者 204
96 珍惜你的注意力 206
97 创建自己的规律 208
98 奖励你希望看到的结果 211
99 慢下来 212
100 追求卓越 214

关于作者 215

老板激励员工的100种技巧

引言

该去钓鱼了

不要单纯相信本书中的任何内容。

尽管这里的 100 种方法来自现实生活中的培训以及咨询实践，如果您只是选择一部分您认为正确的方法进而相信它们，那么您将远不能从本书中获得应得的裨益。“相信”不是我们希望看到的，“实践”才是读懂此书的办法。

从本书列举的 100 种饱经历练的方法中选择一部分并尝试着亲自去实践它们，看看您从中得到了什么，效果又如何。您将会发现，只有通过实践这些方法，您才会得到您所想要的——受到了激励的员工。

我们遇到的多数领导者都采用了一些没有效果的激励方法，因为多数人认为激励他人就是将自己的焦虑如实传达到他人的身上。家长们通常最习惯于这种方式，还有一些工厂的老板也往往是这样。当他们发现孩子或员工表现不佳时，总是把自己的焦虑热切地复制到这些“有问题”的人群身上，于是每个人都开始变得紧张、焦虑起来。

这种“激励”的结果往往只能是激励别人尽快地从你身边逃开或对你避之不及，并不能使他们按照你的意思去做事情或帮助他们最大限度地发挥自身的潜力。

老板们抱怨员工们的业绩不佳时，往往是他们自身的问题；CEO 们抱怨自己的下属们工作不力时，问题的症结又通常在于这些 CEO 本身。于是这些领导者们开始打电话给管理咨询机构，数落着员工们的不是：“是不是该去钓鱼了？”“您推荐钓鱼吗？”（FISH 是时下盛行的一种员工高效业绩培训课程的英文缩写，而这些缩写字母连到一起恰恰又是鱼或钓鱼的意思。）

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com