

君风传媒
www.v3378.com

中国冠军企业培训书系

王爱香

王爱香◎著

经营人心

MANAGE THE IDEA OF THE PERSONNEL

赢在企业的48条制胜法则

世界知识出版社

实践 (二) 目录页每并图

1. 第一章 经营人心 1.1 经营人心 1.2 经营人心 1.3 经营人心

1.4 经营人心 1.5 经营人心 1.6 经营人心

经营人心

MANAGE THE IDEA OF THE PERSONNEL

赢在企业的48条制胜法则

王爱香◎著

世界出版社

ISBN 7-309-05501-0

定价：29.80元

北京 100004 北京 100004

北京 100004 北京 100004

图书在版编目 (CIP) 数据

经营人心：赢在企业的 48 条制胜法则 / 王爱香著. —北京：世界知识出版社，2008.1

ISBN 978-7-5012-3257-4

I. 经… II. 王… III. 企业管理：人事管理—管理心理学 IV. F272.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 195591 号

- | | |
|------|---|
| 项目策划 | 李其功 李欣 |
| 责任编辑 | 李其功 |
| 责任出版 | 刘喆 |
| 封面设计 | 润和佳艺 |
| 责任校对 | 李琴 |
| 书 名 | 经营人心
——赢在企业的 48 条制胜法则
Jingying Renxin
—— Ying Zai Qiye De Sishiba Tiao Zhisheng Faze |
| 作 者 | 王爱香 |
| 出版发行 | 世界知识出版社 |
| 地址邮编 | 北京市东城区干面胡同 51 号 (100010) |
| 电 话 | (010) 65265923 (010) 65226544 |
| 网 址 | www.wap1934.com |
| 经 销 | 新华书店 |
| 印 刷 | 北京隆昌伟业印刷有限公司 (北京市朝阳区金盏乡楼梓庄) |
| 开本印张 | 787 × 1092 1/16 9.75 印张 100 千字 4 插页 |
| 版次印次 | 2008 年 2 月第一版 2008 年 2 月第一次印刷 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-5012-3257-4 |
| 定 价 | 24.80 元 |
| 版权声明 | 版权所有 翻版必究 |



总序

我们需要什么样的培训？

企业的培训到底是什么——是人力资源开发的途径？是使员工保持工作激情的秘诀？是提高管理者素质的方法？还是企业发展的需要？……作为一种有效的管理手段，现如今越来越多的企业已经意识到培训的必要性和重要性，每年投入大量的人力、财力组织这样那样的培训，不过我们也不得不注意到某些企业的抱怨：好的培训实在太少，好的培训师更加难找……学院派式的培训虽然理论性强，可实用性较差；咨询式的培训虽然实用性好，但缺乏足够的理论支撑……很多员工对培训已经丧失兴趣，甚至在应付了事……培训就是“赔训”或者“陪训”，培训费往往“打了水漂”。

那么，我们究竟需要什么样的企业培训？

我们需要不被误解的企业培训。一些企业对培训有些误解，可能会得出这样一个错误结论——企业只要选择正确的培训，就一定是有效果的。当然这个“正确的培训”含义很广，包括正确选择培训机构、正确选择培训老师、正确选

择培训内容，在适当的时间、适当的地点，做适当的事情，效果才会出来，可是这又谈何容易呢？接受培训的对象和培训的目标是千差万别的，一个公司里面不同的人对培训的需求是不一样的，对培训效果的评价当然也不一样。

我们需要注重长期效果的企业培训。除了技术性培训可以让员工很快上手之外，很多培训的效果确实很难在短时间内去量化与评估。例如，有些培训的针对性不强，有些培训员工可能觉得很好，可老板觉得不好，对培训的效果只能做感性评估，再加上有的培训效果要在若干年之后才能显现，导致一些注重短期利益的企业不愿意在培训上花钱。当然，培训的急功近利也体现在培训机构自身。很多培训机构只把培训当做普通的商业利润在追求，没有为客户长期负责的精神，赚完钱就走人，培训的质量与效果大打折扣。

我们需要有针对性、时效性的企业培训。在企业不同的发展阶段，对培训的需求也完全不一样。企业初创期，必须快速建立起具有基本工作技术技能与业务流程的员工队伍，技术性培训正当其时；在企业快速成长期，必须快速提升创新应变的技术和管理能力、为未来发展准备战略性的胜任能力，自我突破、观念创新的培训非常重要；在企业战略实施期，需要强化或变革企业文化以协调认识和目标、转变行为方式、提升组织士气等，企业价值观、执行力的培训成为必需。培训市场在不断发展，企业对培训的需求也在更加精准、愈发细化。

我们需要可以用科学的工具和方法来评价培训效果的

企业培训。曾经有人戏言，培训没办法评估的时候就只能通过掌声或笑声多少来衡量，此乃笑谈。培训效果评价问题与整个培训业的状况紧密相关，通过测量工具对培训产品优胜劣汰，对培训市场是一种促进。企业之所以选择培训，其实是把它看作是一种有回报的投资。对于一些培训效果分析时常用的如“人均培训小时数、人均培训费用、培训出勤率、参加人次”等数据，对评估企业培训的效果是否有真正意义呢？我相信，未来应该有两个重要的趋势值得我们关注，一是会出现真正系统性的有针对性的培训监测机构；二是培训机构以后会越来越细分，因材施教，根据不同的企业需求而量身定做他们需要的培训产品，培训越来越直接满足企业的各种需求。全盘通吃的公司或者培训会越来越少，企业对培训的评估，最终来自对培训的需求。

关于培训的问题实在太多，例如，培训究竟应该如何做才能提升企业的核心竞争力？如何推动管理者和员工支持培训？还有，又由谁来培训培训师呢？……正是对以上问题的焦灼与思考，也正是由于体察到中国培训市场锐不可当的方兴未艾之势，致力于前沿中文图书策划的北京君风传媒和中国企业案例营销网，在王淳锋先生和殷源女士的策划下，在国内率先推出了这套《中国冠军企业培训书系》。作为书系的主编，衷心期望我们严谨高效的工作团队能本着“为企业，也为读者负责”的态度，通过对国内成千上万家培训机构与组织、个人进行研究、调查与分析，对企业培训的成功案例进行“系统化、科学化、理论化、经典化”研究，依照“前瞻性、实效性、可读性”的原则对每一本书进

行深入浅出、生动鲜活的高标准、高质量打造，同时与企业或有关培训、咨询机构进行强强合作，开展冠军企业培训经典案例的全国巡讲等活动，以图书为龙头，延伸构造出一条优美的文化产业价值链，实现作者、读者、企业以及策划、出版机构的共赢。

出版业不是一个新兴的产业，但是利用出版来整合资源，打造个人、企业或行业的知名度与美誉度，却是一种新型的整合营销传播方式，培训业当然也不是一个新兴产业，但把行业的成功经典案例、培训师的真知灼见等汇编成一套可操作的书系，也是培训行业的一个创新。在今日中国，创新是一切生产力的原动力。让我们一起为不断成长的你而自豪，为从优秀到卓越的企业鼓掌，为不断崛起的祖国祝福吧！

徐浩然

2007年12月

(徐浩然：资深传媒专家、《中国冠军企业培训书系》主编、管理学博士、南京航空航天大学教授，著有《文化产业管理》、《个人品牌》等。)



序

“人心”的价值

初见王爱香女士，她就给我留下了极其深刻的印象。王女士是个柔和睿智的女子，她身上洋溢着一种独有的个人魅力。当我得知她把事业经营得如火如荼时，便想探知其中的奥秘。通过一段时间的接触，我终于发现了她成功的奥秘所在，那就是善于经营人心。

常言道，得人心者得天下；同样，得人心者得市场。人心是一笔无形的资产，是企业最大的财富。经营人心，实际上就是经营企业的未来。人心的经营是最具有价值的经营，经营人心是企业经营的最高智慧。

谁注重“心”的经营，谁就达到了经营的最高境界，谁就会拥有巨大的竞争优势，谁就会领先于同行业的其他企业；谁挖掘的市场客户和消费者的心智资源最多，谁就离成功最近。

蒙牛总裁牛根生曾说过，这个世界不是有钱人的，也不是有权人的，而是有心人的。企业的人才、技术都可以用高价买来或引进，但“人心”是永远买不来的。

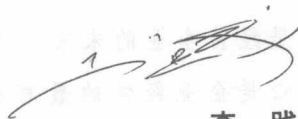
人是企业最有活力、最有潜质、最有生产力的主力军。经营企业就是“经营人心”。对人力资源的整合是最高级别的整合，对人心的经营是最具有价值的经营。

“人心”是企业最大的无形资产。它不但是企业市场潜力的象征，也是企业综合素质的体现。它比企业有形资源更重要。有人说，不谋全局者，不足谋一域；而王女士的成功经验则告诉我们：不谋人心者，不足谋企业。

“人心”的力量是无限的。它既可以托起一个企业，也可以覆灭一个企业。唯有建立在“人心”之上的企业，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地；唯有用心与客户共利益、同成长，企业才能走向成功。

“经营人心”得到的是财富，做大的是市场，实现的是企业与客户、消费者的和谐及共赢。

成功没有捷径，只有恪守市场游戏规则，讲求诚信、品质，先收获“人心”，而后才能成功。



李 践

2008年1月

(李践：香港李嘉诚旗下TOM户外传媒集团总裁，中国企业家教练第一人，知名营销、传播、管理专家，中国最具影响力的三大培训师之一。)



前 言

得人心者得天下，失人心者失天下。得道多助，失道寡助，人心向背，决定成败。一个拥有道义的人大家都会愿意帮助他，甚至顺从他。失去道义的人得到的帮助就少，甚至连亲戚也会叛离。

这个道理在现代企业的发展中同样适用。在世界经济和文化高度发展的现代社会，在产品过剩的时代，一个企业想要获得长远的发展，离不开员工的支持和消费者的认可。

中国有句古语：人心齐，泰山移。虽然有点夸张，但是团队的合作精神确实能够起到扭转局面的作用。一个让员工满意的企业，不仅能够提升企业的形象，而且总是能够生产出让客户满意的产品或者服务。

经营企业这么多年，对这个道理也感触颇多。企业能走到今天，自然离不开一直支持我的员工们。肩负着大家的信任与期望，我知道，只有把企业经营好、把人心经营好，才能一步一步踏实地走下去……

CONTENTS 目 录

- 001 法则 1：要经营好事业就要经营好人心
- 004 法则 2：帮助员工实现他们的梦想
- 007 法则 3：要和员工建立互补合作的伙伴关系
- 010 法则 4：从员工处学习创新
- 013 法则 5：培育让老板自豪的员工
- 015 法则 6：引导员工自动自发的工作
- 018 法则 7：以事业聚人，通过“爱”突破小我
- 021 法则 8：领导者最重要的职责是领导部属创造价值
- 024 法则 9：领导者要善于激发员工的责任心
- 027 法则 10：做事的品质决定了你的成就
- 030 法则 11：为值得做的事情多付出一些
- 033 法则 12：全力以赴，尽心尽力
- 035 法则 13：一定要珍惜一流的人才
- 038 法则 14：成功者勇于行动
- 041 法则 15：付出就会得到更好的回报
- 044 法则 16：追求卓越，永不放弃
- 047 法则 17：要用心做事，要主动积极
- 050 法则 18：要做就做第一
- 053 法则 19：发挥员工的创造力
- 056 法则 20：气度决定了一个人的高度
- 059 法则 21：用欣赏的眼光看待一切
- 062 法则 22：锻炼自己拥有平和的心态
- 065 法则 23：谦虚的人才能拥有更多

- 法则 24：以空杯心态不断超越自我 068
- 法则 25：大度宽容之人才能获得人们的支持和帮助 071
- 法则 26：以感恩之心善待身边的每个人 074
- 法则 27：善待自己之前先善待他人 077
- 法则 28：以最快的速度帮助和服务更多的人 080
- 法则 29：给客户最好的 084
- 法则 30：为客户多做一些 087
- 法则 31：以满腔热情对待客户 090
- 法则 32：只有让客户满意才能让自己满意 093
- 法则 33：不论发生什么，要勇于负责 096
- 法则 34：责任是成功的真正支点 099
- 法则 35：让别人赢，自己才能赢 102
- 法则 36：与人竞争不如与人合作 105
- 法则 37：只有依靠团队的力量才能做出更大的业绩 108
- 法则 38：时刻维护公司的形象 111
- 法则 39：要想超过他人就要有自己独特的方法 114
- 法则 40：新一代成功者的第一特质是学习能力 117
- 法则 41：要成功就要向成功者学习 120
- 法则 42：学以致用才能成功 123
- 法则 43：学习是提升境界的过程 126
- 法则 44：管理好时间是成功的关键 129
- 法则 45：一定要有效地管理时间 132
- 法则 46：要掌握常用的时间管理工具 135
- 法则 47：心灵的富有才是真正的富有 139
- 法则 48：成功是阶梯，幸福才是目的 142



法则 1

要经营好事业就要经营好人心

法则 1

要经营好事业就要经营好人心

“人心”的力量是无限的，既可以托起一个企业，也可以覆灭一个企业。“得人心者得天下”。同样，得“人心”者得市场。

人心是一笔无形的资产，是一笔不可忽视的巨大财富。对于企业而言，经营人心才是使企业健康、持续发展的关键。同力华盛科技有限公司的宗旨就是“人心至上”！用心为员工创造机会，用心为顾客创造价值。“经营人心”，实际上就是经营企业的未来。

许多企业不注意在“经营人心”上下工夫，往往伤了员工的心，导致企业发展缓慢；伤了顾客的心，使企业产品在市场上长期备受冷落，最终使企业走入绝境。只有在经营中善于“攻心”，才能不断提高企业的市场竞争力。

人才是利润最高的商品，能够经营好人才的企业才是最终的赢家。现代企业的竞争，归根结底是人才的竞争。从这个角度来



说，人才是企业之本。

企业文化说到底是对人的管理，确切地说就是对心灵的管理。具体的行为就是让员工发自内心地热爱自己的工作，愿意全心全意地将自己的所有智慧贡献给企业。只有用心灵管理的企业才会不断地创新，持续地发展。

经营客户之心、消费者之心，对企业同样至关重要。因为“经营人心”就是经营诚信、经营品牌、经营感情，就是把无情的商品融入有情的市场当中，达到先赚“人心”，后赚利润的目的。说到底就是经营市场，扩大企业生态圈，创造企业发展的美好前景和未来。企业只有善于“经营人心”，才能拉近与顾客和消费者之间的距离，取得他们的信任，与他们建立起牢不可破的买卖关系；才能洞悉顾客和消费者的内心世界，了解市场、掌握市场，在瞬息万变的市场竞争中把握市场变化的主动权，站在竞争的最前沿，使企业充满竞争活力，引领市场发展，实现基业长青。

我一直认为，“人心”的力量是无限的。它既可以托起一个企业，也可以覆灭一个企业。唯有建立在“人心”之上的企业，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地；唯有与客户共利益、同成长，帮助客户和消费者成功的企业，才能实现自己的成功。

案例故事

清代乾隆年间，南昌城有一点心店主李沙庚，以货真价实赢得顾客满门。但其赚钱后便掺杂使假，对顾客也怠慢起来，生意日渐冷清。一日，书画名家郑板桥来店进餐，李沙庚惊喜万分，恭请为其题写店名。郑板桥挥毫题写“李沙庚点心店”六字，墨宝苍劲有力，引来众人观看，但还是无人



法则 1 要经营好事业就要经营好人心

进餐。原来“心”字少写了一点，李沙庚请求补写这一点。但郑板桥却说：“没有错啊，你以前生意兴隆，是因为‘心’有了这一点，而今生意清淡，正因为‘心’少了这一点。”李沙庚顿悟，才知道了“经营人心”的重要性。从此以后，他痛改前非，又一次赢得了人心，赢得了市场。



读后心得

你喜欢这条法则吗？_____

这条法则给你带来了哪些启示？_____

依据这条法则，你将采取哪些行动？_____



法则 2

帮助员工实现他们的梦想

自助者，天助之；助人者，人助之。成功不在于你拥有多少金钱，而在于你能够为多少人成就梦想。

如果一家企业能够迅速壮大，企业的员工能自动自发、全力以赴地做好每件事情，客户会主动来帮助企业获得成功，那么，我想这里面一定有某种深层的原因。那就是：自助者，天助之；助人者，人助之。

为员工搭建一个平台，满足他们的个人利益和需求。同时，为客户提供最优质的服务——这就是我所要做的。

员工为我的企业创造财富，我也要尽力为员工创造好的条件。对于企业而言，彼此间和谐的关系非常重要。

公司是大家的公司，在这个平台上，只有圆了员工的梦，自己的梦想才能得以顺利实现。



人才是企业的根本，是企业最宝贵的资源。没有一批优秀的人才，没有一个优秀的团队，企业是不可能做大做强的。优秀的员工是公司发展的重要力量，是企业生存与发展的决定因素。从业人员的素质高低极大影响着企业的成败。企业对员工的态度又折射出企业领导的眼光及胸怀。

拥有一大批优秀的人才，每个人都能发挥出超越自身的潜力，而且不同类型的人才都能找到自己的位置，获得足够的发展空间，这就是我们企业之所以成功的原因。真正成功的企业领导人一定是懂得帮助员工实现他们的梦想的人。

优秀的企业老板是用“待人如待己”的黄金法则去对待员工的。员工才是企业真正宝贵的财富。在要求员工忠诚服务于公司的同时，自己也要懂得帮助员工实现他们的梦想。人与人之间的任何交往都是双向互动的，当老板从员工身上得到的越多，相应的，员工也会得到更多的机会和待遇。当老板与员工之间真正建立起一种超越了雇佣的合作伙伴关系，相互依存、相互信任、相互忠诚，“上下同欲，士可为之死、为之生”。那么，这将带给老板的是发展，带给员工的是成功。

案例故事

在一个极其寒冷的冬夜，一对上了年纪的夫妻来到路边一间简陋的旅店。不巧的是，这间小旅店早就客满了。“这已是我们寻找的第十六家旅社了，这鬼天气，到处客满，我们怎么办呢？”这对老夫妻望着店外阴冷的夜晚发愁地说。

店里的小伙计不忍心让这对老人出去受冻，便建议说：“如果你们不嫌弃的话，今晚就住在我的床铺上吧，我在店