

WHO IS THE MOST SUCCESSFUL PERSON

谁是最成功的人
WHO IS THE MOST
SUCCESSFUL PERSON

谁是最成功的人

奉献 坚韧 勤奋 技巧 经验——将打造一个成功者的你



成功者手册

精典读本

WHO IS THE MOST SUCCESSFUL PERSON

Master Of Business Administration



成功者手册

——精典读本

战卫 编著



陕西旅游出版社

WHO IS THE MOST SUCCESSFUL PERSON



陕西旅游出版社



*Who is the most
Successful
Person*

谁是最成功的人

WHO IS THE MOST SUCCESSFUL PERSON

成功者手册

— 精典读本



陕西旅游出版社

SUCCESSFUL PERSON

图书在版编目(CIP)数据

MBA 成功者手册: 精典读本 / 钱卫主编. —西安: 陕西旅游出版社, 2002.11
(谁是最成功的人)
ISBN 7-5418-1921-2

I. M... II. 钱... III. 成功心理学 IV. B848.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 074756 号

责任编辑: 臧 云

责任监制: 刘青海

责任校对: 谭 青

谁是最成功的人

MBA 成功者手册——精典读本

钱 卫 主编

陕西旅游出版社出版发行

(西安市长安北路 32 号 邮政编码 710061)

新华书店经销 北京市洛平印刷厂印刷

880 毫米 × 1230 毫米 32 开本 12 印张 1320 千字

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1—10000 套

ISBN 7-5418-1921-2/G·507

总定价: 148.80 元 (共 6 册)

关于成功
有许多不同的认识
有人以学术上的成就为最大的成功
有人则会选择在商海中自由搏击
创造财富为最大的成功
也有的人以治病救人
悬壶济世为最大的成功
总的来说
成功不外乎有这样一个共同的特点
在某个领域取得了一般人没有达到的领先地位
只要你做到这一点
那么你就可以说是成功的



想要成功
首先要相信有成功的可能
找到你的目标
确认它是对的
然后勇往直前

WHO IS THE MOST SUCE

谁是最成功的人

MBA

成功者手册

—— 精典读本

钱卫◇ 主编



陕西旅游出版社

前言

关于成功,有许多不同的认识。有人以学术上的成就为最大的成功,有人则会选择在商海中自由搏击、创造财富为最大的成功,也有的人以治病救人、悬壶济世为最大的成功。总的说来,成功不外乎有这样一个共同的特点:在某个领域取得了一般人没有达到的领先地位。只要你能做到这一点,那么你就可以说是成功的。

在本书中,我们把成功限定在商业的范畴以内,所以,下文提到的成功者也都特指那些在商业领域取得突出成就的人。

据统计资料表明,大多数经商者都不是从专门的学校或学院里出来的专业人士,但他们却通过自己的学习和实践掌握了许多甚至连书本上都难得一见的方式、方法、技巧和经验,并最终成为一个成功者。我们当然无意贬损学院理论的价值,但我们同样不能忽视实践与经验的价值。并且,如果我们并不想从事专门的经济理论研究的话,那么,后者才是我们最应该学习和掌握的,因为它们对我们的商业活动的指导意义要远远大于高深、枯燥的理论。

我们编辑这套丛书的目的到此也就凸显出来了——通过形象生动、故事性比较强的短小的文章也许更有利于普通读者接受一些关于管理的、经营的、销售的以及诸如此类的知识。另外,由于你在每一篇小故事里都会接触到相应的人物,所以,我们更希望你从这些成功者的身上学习他们那种坚韧、勤奋、奉献的精神,而不是仅仅限于其一时一事的技巧和手段。因为,只有精神才会贯穿你的一生并使你终身受益。

林·德·普里在其《不寻常的企业》一书中描述了赫尔曼·米勒公司从一个小型的家庭企业通过在 20 世纪 40 ~ 60 年代的发展直至成为今天的大型公司的奋斗历程。

米勒公司原本是生产办公设备的,它是建立在基督教的价值观念和传统信仰之上的。公司的飞速发展使得这些传统的价值观受到了挑战。为了保证公司正常发展,彼得·德鲁克应邀为公司出谋划

策,以适应这一迅速的变化。他提议让新雇员们多听听有关创业者的故事,了解他们早年的奋斗历程以及公司宗旨产生的背景。

这一问题在很多企业普遍存在。当企业处于初创时期,人们都对公司的发家史耳熟能详,大多数雇员对创业者本人也非常熟悉。随着公司的发展,其信念和使命在普通雇员中的影响也日渐减少。一些公司之所以能使其发家史得以代代相传也常常是借助于一些“福音传道者”。这里略举几位声名显赫的人物:阿尔弗雷德·斯隆、亨利·福特、托马斯·华生、约翰·迪尔、沃尔特·迪斯尼、特拉梅尔·克罗、比尔和戴夫·帕克德。公司的领导者可能不了解每一位雇员,但有关创业者的故事和经历必须先编成公司发家史来讲给每一个雇员听,使他们从中了解公司的信念和目标。

给人们讲点有血有肉的故事或寓言一类的东西,也许更有助于人们领会一个公司的信仰、一个成功的信念、一条成功的经验。所以有人曾经说过这样一句话:一个描述公司目标的鼓舞人心的故事胜过 10,000 条干巴巴、冷冰冰的公司规章。

在这一点上,我特别欣赏彼得·德鲁克的做法——形象的宣传无论从哪个角度来说都要比干巴巴的说教更容易为人们所接受。正是基于这个考虑,我们选择了故事加点评的结构作为全书的整体风格,并试图通过这种比较形象生动的方式尽可能多地提供给读者一些令他们能够感觉有益或可以引起他们的兴趣的东西。如果真能达到这个目的,那么编者的心愿也算得到满足了。

记得乔治·艾略特曾经说过一句话:“我想未来与过去总是分不开的。”是的,谁也不能改变历史,同样的原因,谁也无法脱离历史而存在。所以,最好的方法也许还是要努力从历史中学习一点什么:经验或者教训,成功的启迪或者失败的警示。总而言之,借鉴一些东西肯定能够让我们多一点经验,少走些弯路,以便使我们的商海生涯变得比较顺利一些。

最后,祝读者们在新的一年里商海扬帆,财源茂盛!

编 者



目 录

第一章 管理天才

第一节 成功者的选才秘诀	(1)
联想的选才战略	(1)
胡庆余堂的选才法	(4)
猪鬃大王的人才观	(5)
敢用强于自己的人	(7)
第二节 成功者的用人之道	(8)
柳传志的用人之道	(8)
卡耐基的成本会计	(11)
卡耐基的第一总管	(12)
盖茨“控制人头数”	(13)
福特的起落沧桑	(16)
普布利克斯的“家庭店”	(18)
敢于否定自我的布伦南	(19)
纽科的激励制度	(22)
借用他人的力量	(23)
起落兴衰话福特	(24)
乔达诺的领导艺术	(29)
维京公司的特别培训	(31)
调味品公司的教训	(33)



费尔柴尔德的孩子	(34)
希尔顿的管人秘诀	(35)
为人准则商店	(39)
事实上的老板	(40)
第三节 成功的人才竞争招数	(41)
求贤若渴的休伊特	(41)
善挖墙角的中内	(42)
一个人与一个公司	(44)
韩国的“人才宝库”	(45)
曼哈顿银行的人才战略	(49)
第四节 成功的管理思想	(52)
拂去明珠上的灰尘	(52)
阿尔弗雷德的礼物	(54)
企业家的素质	(55)
领导者的语言	(56)
迈克尔的设想	(57)
管理者与领导者	(58)
杰克的忧患意识	(60)
居安思危的罗杰	(61)
雅各布的起死回生术	(62)
六必居的“六必”	(64)
美食家盛毓度	(65)
水仙决不温柔	(66)
天才的组合	(67)
拯救迪斯尼	(69)
科学的精神	(71)
杰出企业家的经营之道	(74)



港商的“三不为”观念	(76)
富勒公司的激励计划	(77)
奎德公司的激励措施	(78)
麦克马纳斯的生意观	(80)
功过参半的“萧何”	(81)
第五节 成功者必备的特质——热忱与投入	(85)
力挽狂澜的戈苏塔	(85)
将其变成一项事业	(87)
艾柯卡背水一战	(88)

第二章 经营魔力

第一节 制度——企业高效有序的保证	(91)
张瑞敏的第一把火	(91)
海尔的“管理之剑”	(93)
海尔的零缺陷管理	(94)
爱立信的管理原则	(96)
罗杰·霍乔的生意经	(98)
斯图·伦纳德的店规	(99)
米勒公司的三条准则	(100)
联想的“一二三结构”	(101)
第二节 策略——企业发展的指导	(104)
海尔的发展战略	(104)
海尔的经营理念	(107)
长虹巧打价格战	(108)
IBM 的“进入系统”	(111)
吃“休克鱼”策略	(114)



长虹的规模扩张策略	(116)
敢于冒险的梅赛德斯	(118)
顺应时代潮流的 NKK	(121)
泰德·特纳暗渡陈仓	(124)
“希望”的市场争夺战	(126)
希望的广告与品牌策略	(128)
航空公司以退为进	(130)
群雄逐鹿的电脑业	(131)
善变的 M·雷诺兹	(134)
先发制人的索尼	(136)
稳中取胜的船王	(138)
决胜千里的哈默	(139)
贝利的火眼金睛	(141)
布朗尼冒险创业	(143)
拉维特险中取胜	(146)
顺应市场潮流	(147)
UPS 公司的经营秘诀	(149)
艾尔林的三个诀窍	(150)
意大利的企业救星	(151)
毁誉参半的卡尔森	(152)
克服“鼠夹综合症”	(154)
精打细算的迈克尔	(155)
负债带来的效应	(156)
宗一郎力排众意	(157)
第三节 创新——企业持续发展的源泉 ..	(160)
杜邦家族的发家利器	(160)
希望长盛不衰的秘诀	(162)



吉伦哈马的管理模式	(164)
企业界神童的崛起	(167)
永远领先的西门子	(170)
矩阵管理的失败	(172)
列维牛仔的铆钉	(175)
弗里斯比飞碟	(176)
占美厨户餐馆	(178)
纸巾到底有何用	(179)
“觅宝”游乐园	(180)
别具一格的“婴儿酒家”	(182)
第四节 诚信——企业立足社会的根本 ..	(183)
商誉是无价之宝	(183)
企业的社会良心	(185)
信誉就是财产	(188)
忠诚的价值	(190)
藤田的信用	(191)
金钱买不到的东西	(192)

第三章 白手起家

第一节 聚沙成塔	(195)
千元起家的“希望”	(195)
“清洁剂大王”的信念	(198)
开小店的大富翁	(200)
美国的“凯利女工”	(201)
安萨 (ANSA) 奶瓶	(202)



第二节 坚忍不拔	(204)
古河超人的耐性	(204)
固执己见的黛比	(205)
激流勇进的船王	(207)
克罗克与麦当劳	(208)
拉尔夫的理想	(210)
联邦快递的诞生	(211)
六百磅重的巨人	(213)
屡败屡战的梅西	(214)
不畏失败的博登	(216)
大器晚成的山德士	(217)
约翰·迪尔的铁犁	(218)
创业者论创业	(219)
只身美国打天下	(222)
兄弟相容	(223)
成功的内衣制造商	(225)
卡尔文的成功历程	(226)
斯坦威质量	(228)
EDS 的创立	(229)
第三节 独辟蹊径	(230)
小聪明发大财	(231)
融化的冰淇淋	(232)
借鸡生蛋	(234)
比利·肖尔的“足撑”	(235)
贝特和她的“去错灵”	(236)
吉姆的“呀嚒”蛋糕	(237)
阿汉的回扣餐厅	(238)



巴茨的拼字游戏	(240)
春卷大王范岁久	(241)
独辟蹊径的长泽	(243)
魅力迫人土豆片	(244)
伦敦的“中国文化之窗”	(245)
数字设备公司 (DEC)	(246)
玛丽·克劳利的世界	(248)
致富奇才辛克莱	(249)
赚钱没有惟一的途径	(251)
第四节 顾客至上	(252)
蓝色巨人的救星	(252)
赢得顾客的秘诀	(255)
寻找剩下的市场	(257)
出租汽车的竞争	(260)
顾客需要什么	(261)
关心你的客户	(262)
布拉克与《时代周刊》	(264)
怎样看待质量与价格	(265)
久经考验的天美时	(266)
精工打败瑞士表	(267)
拉泽鲁斯的决定	(269)
本田技研的“吧哒车”	(270)

第四章 超越自我

第一节 认识自我——成功的理念	(273)
韦尔奇的钓鱼秘籍	(273)



西尔斯的三条原则	(274)
发明家与企业家	(276)
成功的首要之事	(277)
热忱比技能更重要	(278)
成功者的建议	(279)
坚持你的优势	(281)
成功人士的金钱观	(282)
吉拉德的 250 定律	(284)
肯·奥尔森论价值	(285)
商业巨子侏儒兄弟	(286)
享受生活的乐趣	(288)
成功是一种幸福	(289)
成功带来的感觉	(290)
默克公司的信念	(291)
什么造就了商业天才	(292)
玛丽·凯的成功攻略	(294)
景泰蓝大王的赚钱诀窍	(295)
博格沃纳的信念	(296)
第二节 追求卓越——成功的灵魂	(298)
汤姆的经营诀窍	(298)
眼镜大王马宝基	(299)
IBM 的成功秘诀	(301)
百万富翁不是梦	(302)
布兰克与兔八哥	(304)
摩托罗拉的诞生	(305)
卡耐基的关系网	(306)
克莱斯勒的选择	(308)



巴巴拉的六点建议	(309)
第三节 有志者 事竟成	(310)
成功缘于勤奋	(311)
李奥哪里去了	(312)
义无反顾的黄蜂	(313)
永不服输的宗一郎	(315)
克罗克的座右铭	(317)
没有不可为之事	(318)
福特公司 V8 型发动机	(319)

第五章 巾帼英杰

从家庭主妇到糕饼巨人	(321)
卖布致富的“奔驰妈妈”	(322)
华尔街的女巫	(323)
不能轻言放弃	(325)
女实业家李素几	(326)
清洁女工的追求	(327)
雅克妮的女佣公司	(329)
裕隆公司的女掌门	(330)
南茜与胖夫人时装	(331)
卡露和她的女人酒店	(333)

第六章 挑战与机遇

第一节 发现机遇——寻找成功的机会 ...	(335)
慧眼独具的阿莫斯	(335)



机敏过人的尚学禄	(336)
机遇在于努力探求	(337)
阿道夫肉类软化剂	(339)
不可忽视小事	(340)
第二节 把握机遇——成功的开端	(341)
把握每一次机会	(341)
固执己见的查克	(343)
善抓时机的富卡	(344)
黄金与水的故事	(345)
无法消磨的志气	(347)
行动才可能成功	(348)
日本的麻婆豆腐王	(349)
黛比的大甜饼	(352)
旧金山的华人首富	(353)
直接交流的意义	(354)
第三节 创造机遇——不可向命运屈服 ...	(355)
哈里与招生部主任	(355)
罗斯·佩罗的决定	(357)
肖尔斯的损失	(358)
展示你的作品	(359)
现代式的木筏	(361)
漂动的铁皮箱	(363)
有希望就有一切	(367)
远见卓识的戴尔	(369)