

励志经典系列丛书

人们不曾被大石头绊倒，却会因小石头而摔跤。

INSPIRATIONAL



别为小事 折磨自己



THE BEST NEW

生命短暂，不要让小事绊住我们前进的脚步，
不要让琐碎的烦恼浪费我们宝贵的时光。愿我
们一生中，每个日子都过得充实而有意义！

潘东麟◎主编

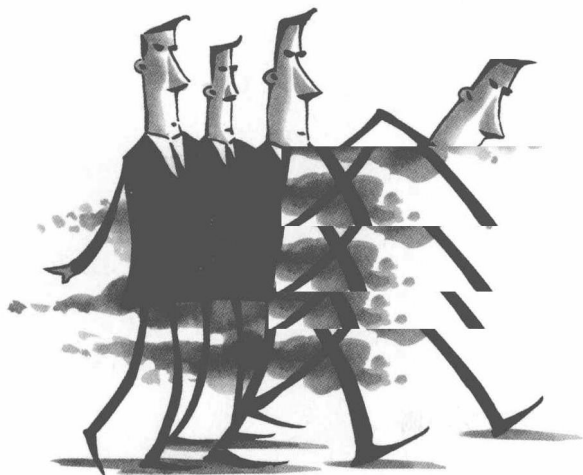
 吉林大学出版社

励志经典系列丛书



别为小事 折磨自己

潘东麟◎主编



 吉林大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

别为小事折磨自己/潘东麟主编. —长春:吉林
大学出版社, 2010. 1
ISBN 978-7-5601-5306-3

I. ①别... II. ①李... III. ①成功心理学—通俗读物
IV. ①B848. 4-49
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 243593 号

书 名: 别为小事折磨自己
作 者: 潘东麟
责 任 编 辑: 王世林
责 任 校 对: 王世林
封 面 设 计: 创品牌
出 版 发 行: 吉林大学出版社
社 址: 长春市明德路 421 号
邮 编: 130021
发行部电话: 0431-88499826
网 址: <http://www.jlup.com.cn>
E-mail: jlup@mail.jlu.edu.cn
印 刷: 三河市耀德印务有限公司
开 本: 710×1000 毫米 1/16
印 张: 18
字 数: 220 千字
版 次: 2010 年 1 月 第 1 版 第 1 次印刷
书 号: ISBN 978-7-5601-5306-3
定 价: 33.00 元

版权所有 翻印必究

前 言

山坡上有颗大树，岁月不曾使它枯萎，闪电不曾将它击倒，狂风暴雨不曾把它动摇，但最后却被一群小甲虫的持续咬噬给毁掉了……

这正如生活中，人们不曾被大石头绊倒，却会因小石头而摔跤。

你是否因为没钱买房子，没钱买车，没钱给自己和亲人买好看的衣服，还有因为一点点小事情和家人吵架，或为自己鼻上的这块小疤发过愁……

那么，就请阅读本书吧，书中用了无数鲜活的事例告诉你：

对小事要看得开：世界上有太多的不公和后悔。也有太多的小事让我们的心境难以平复。其实，这正是每个人所必然经历的事情，对待它们，我们能做的就是凡事要看得开。

对小事要看得透：人一旦被欲望控制，超出社会道德规范和法纪约束。不择手段地追求名利。等于自掘坟墓。因此。我们只有把平凡小事看得透，才能够超越自我，战胜自我，完善自我。

对小事要看得远：人生处世。要想没有烦恼和过错，除了平日行事要深思熟虑，考虑周详，以免挂一漏万；尤其不能目光短浅，对小事要看得远，不可只图眼前小利，明知非法还是心存侥幸。

对小事要看得淡：凡事要看得淡一些，在平凡中感受那份来自内心的宁静，简单和快乐才是最幸福的。所以，我们不妨学会做平凡中的自我，做知足中的自我！

希望本书能帮你找到原本属于你的快乐、原本属于你的成功！

目 录

一、成功从做好小事开始

1. 点滴积累成就大企业	1
2. 事业开创阶段更要做好细节	4
3. 商机常常就在细节之中	7
4. 抓住闪光的机会加以利用	10
5. 思考致富就要从细微之处入手	12
6. 疏忽小事往往酿成大祸	14
7. 细水长流、稳扎稳打	16
8. 企业管理中的“大”和“小”	17
9. 不抓细节就难以办成事情	19

二、做好细节改变命运

1. 注意细节，方可成为天才	23
2. 做事细节有方法	28
3. 在细节中求得商业效益	30
4. 留心细节就能抓牢机遇	32

5. 马掌钉的故事	34
6. 企业危机源于疏忽细节管理	36
7. 只有注重细节才能与对手拉开距离	38
8. 千里之堤，溃于蚁穴	39
9. 从细微之处考察人	42

三、培养注重细节的方法

1. 改变日常习惯	51
2. 自我介绍时细节上的讲究	52
3. 开会发言时的细节	53
4. 与人面对时的细节	54
5. 办公坐椅的细节讲究	56
6. 用边听边记的细节博得好感	57
7. 工作卷起衣袖的细节	60
8. 早到迟退的细节	61
9. 签名时的细节	61
10. 面对交代时的细节	62
11. 交谈手势的细节	63
12. 拒绝别人邀请时的细节	63
13. 说话时间上的细节	64
14. 回答问题时的细节	64
15. 使用数字表达时的细节	65
16. 对待新事物时的细节	66
17. 批评别人时的细节	66

18. 动作稍慢这一细节的妙用	67
19. 初次见面时的细节	68
20. 利用记事手册的细节	68
21. 说话偶尔使用术语的细节	69
22. 多说“请教”的细节	69
23. 书写字体的细节	70
24. 就餐点菜时的细节	71
25. 随身携带记事本的细节	71
26. 手边常备有资料的细节	72
27. 遇到疑难问题时的细节	72
28. 说话直视对方眼睛的细节	73
29. 主动说自己缺点的细节	74
30. 约会时的细节	74
31. 电话沟通细节	75
32. 反驳对方的细节	76
33. 复述命令的细节	77
34. 牢记“请听我说”	77
35. 饮酒时的细节	78
36. 坐姿细节	78
37. 双臂的细节	79
38. 寻找彼此最细微的共同点	79
39. 记牢特殊日子	80
40. 着装稍乱的细节	80
41. 出差回来带礼品的细节	81
42. 打招呼时的细节	81

43. 道别时的细节	82
44. 电话交谈时的细节	82
45. 使用目光的细节	83
46. 与人见面之前的细节	83
47. 鞋子裤脚的细节	84
48. 早晚刷牙的细节	85
49. 衣领袖口的细节	85
50. 有心相遇时的细节	86
51. 处理电话铃响的细节	87
52. 在公司里不占一张纸	87
53. 兑结客户时的细节	89
54. 每天起床时的细节	91
55. 记人姓名的细节	92

四、由惯性累积成功

1. 成功常常是惯性使然	94
2. 日常习惯要注重细节	96
3. 习惯是在日常养成的	97
4. 从日常习惯能看出未来命运	103
5. 别让日常的陋习毁掉自己	105
6. 坚决改掉消极的习惯	107
7. 让积极的心态变成常态	110
8. 持之以恒的习惯	112
9. 正视现实的习惯	114

五、怎样培养良好的习惯

1. 养成赞美他人的习惯	117
2. 将微笑挂在脸上的习惯	121
3. 认真倾听的习惯	123
4. 关怀身边人的习惯	125
5. 积极合作的习惯	126
6. 坚信“我能行”的习惯	129
7. 说话算数的习惯	130
8. 不懂就学的习惯	133
9. 谦虚的习惯	134
10. 遇事多思考的习惯	136
11. 说了就去做的习惯	137
12. 雷厉风行的习惯	141
13. 今天事今日毕的习惯	143
14. 改掉懒散走死路的习惯	145
15. 惜时如金的习惯	148
16. 持之以恒的习惯	154
17. 笑对挫折的习惯	158
18. 坚持到底的习惯	162
19. 根除日常陋习要靠毅力	165
20. 改变陋习的十三个妙招	168
21. 性格是习惯的积累	171
22. 好习惯要用心去培养	172

六、日常习惯全在自律

1. 明确目标	177
2. 好好学习	181
3. 反复练习	184
4. 立即行动	186
5. 培养积极的心态	189
7. 改变自己养成好习惯	192
8. 排除困难	195

七、商战中的细节与习惯

1. 巧用心理做营销	198
2. “狡兔”要多“窟”	200
3. 没有小的付出就没有大的收益	202
4. 投其所好，从消费者的需求出发	205
5. 找一只“领头羊”	208
6. 推销商品的同时推销自己	210
7. 服务一流才是真的好	214
8. 细节中藏着大学问	216
9. 在假设中获得谈判的主动权	220
10. 选好你的谈判人手	224
11. 谈判要细分析	227
12. 细揪小辫不松手	230

13. 选择恰当的谈判时间	232
14. 谈判要善“拖”	236
15. 攻心为上, 谈判的最高境界	237
16. 成也细节, 败也细节	241
17. 细节影响企业效益	243
21. 卓越的企业是由卓越的人组成的	245
23. 让合适的人做合适的事	248

八、源于细节积累的知名品牌

1. 沃尔玛	252
2. 奔驰	254
3. 可口可乐	256
4. 海尔	259
5. 星巴克	263
6. 迪斯尼	264
7. 李宁牌	265
8. 联想	266
9. 微软	269
10. IBM 公司	271
11. SOHO	272

一、成功从做好小事开始

1. 点滴积累成就大企业

每一家企业，都是由无数平凡的员工组成，每一位员工都会有不同的生活观。

面对复杂的集团人事，张瑞敏是如何管理的呢？海尔集团在整个组织网络上形成3个层次：集团总部是决策中心，事业部是利润中心，工厂是成本中心。大家各负其责。张瑞敏只管理几个事业部的负责人，对具体业务从不越俎代庖。张瑞敏说自己只是找思路、谈思路。

但是具体事务让下属去做，并不等于最高领导者放开管理不问，天天只想什么战略、决策、谋划、创意。企业领导者对于管理必须有足够的认识，对管理之事安排妥当。他不一定要亲自去抓每一件事，但要保证企业的各项事务都有人去抓、有人去管，而且管得有条理、有效益。

张瑞敏在推行管理模式时，非常注意对度的把握。力度大一点、小一点、早一点、晚一点都会出现不同的效果。打个比方，开年终总结会。今天下午开会，中午就应当把年终奖发给大家，早发两天晚发两天都起不到作用。中午发了奖，大家情绪正高涨的时候，厂子说什么他都听得进。可厂子如果提前两个礼拜或拖后两个礼拜发钱，总结会肯定什么效果也没有。就这么点小事，操作上大有学问。另外，他们发奖金是根据上半年工资的平均值来发，与职工每个月工作情况都有关，这就要求职工平常时时刻刻都要好好干。别的厂就不一样了，

大家发平均奖，每人 500 元，这样干得好的就要吃亏。

因为管理这种东西，总是说起来精彩，做起来枯燥。所以领导者要想管理好企业，必须脚踏实地，吃苦耐劳地常抓不懈。企业应当拒绝传奇，因为企业不是演戏。企业不能对管理疏忽大意，更不能自找麻烦，捅出大祸来再力挽狂澜。因为企业是很脆弱的，连续跌几次，恐怕再也爬不起来了。曾经辉煌的飞龙一伤再伤，如今早已是风光不再。姜伟总裁追求“诗意”的结果，十分悲惨。

关于海尔成功的秘密，张瑞敏这样说道：“许多到海尔参观的人提出的问题跟企业管理最基础的东西离得太远，总是觉得好的企业在管理上一定有什么灵丹妙药，只要照方抓药之后马上就可以腾飞了。好的思路肯定非常重要，饭要一口一口地吃，基础管理要一步一步地抓起来。”

老子早就说过：“天下难事，必做于易；天下大事，必做于细。”在海尔，细节的重要在领导人的头脑里简直就是关键因素，可谓“成也细节，败也细节”。

张瑞敏在 1996 年海尔正在快速发展时还一再强调：“目前，我们的一些中层干部目标订得很大，但工作不细，只在表面上号召一下，浮浮夸夸，马马虎虎，失败了不知错在何处，成功了不知胜在何处，欲速则不达。”他的行动风格是，凡欲成就一件大事，事先都要做艰苦、周密的策划工作，对过程还要进行严密的监控。

海尔要求把生产经营的每一瞬间管住。在海尔，从上到下，从生产到管理、服务，每一个环节的控制方法尽管不同，却都透出了一丝不苟的严谨，真正做到了环环相扣，疏而不漏。如海尔生产线的 10 个重点工序都有质量控制台，每个质量控制点都有质量跟踪单，产品从第一道工序到出厂都建立了详细档案，产品到用户家里，如果出了问题，哪怕是一根门封条，也可以凭着“出厂记录”找到责任人和原因。

海尔的精细化管理与国际是接轨的，国际名牌产品的生产经营流程要求每一个工艺环节、甚至每一个工位都能得到控制。丰田公司就是这样，非常重视细节。

丰田认为许多制造业工厂中任何时刻都可能有 85% 的工人没有在做工作。

5% 的人看不出来是在工作。

25% 的人正在等待着什么。

30% 的人可能正在为增加库存而工作。由于没有对公司做出直接贡献，丰田公司不把这类工作视为工作。

25% 的人正在按照低效的标准或方法工作。

有的人可能不同意这种论断。但是，重要的是由此可以看出丰田公司非常重视细节，并且通过对执行中的任务细节的重新设计以寻求大幅度提高效率。

而国内许多企业在投入与产出之间往往形成一个巨大的空档。只对投入产出作了理想的规划，对如何落实则没有扎实的手段。一些企业的领导者表面上气势很大，敢于拍板，实际上缺乏周密考虑，对战略实施的困难估计不足。这些企业都实行“大概级”的管理，其水平低下正是目前影响企业效益的根本原因之一。

还是以飞龙为例。飞龙集团总裁姜伟是“中国改革风云人物”之一，1990 年 10 月创立企业时，注册资金只有 75 万元，第 2 年就实现利润 400 万元，1992 年实现利润 6000 万元，1993 年、1994 年连续两年利润超过两个亿。这个靠“飞燕减肥茶”起家、“延生护宝液”发财的民营企业，资本积累速度绝不亚于海尔，其“地毯式”广告轰炸产生的品牌效应一时间也不亚于海尔，可为什么 1995 年一遇上保健品市场下滑就一蹶不振？

此中原因非常复杂，姜伟本人对此进行过深刻反省。在其《总裁的 20 大失误》里，姜伟对飞龙跌落的原因从决策、管理、市场、人才等诸方面进行了剖析。其中第 11 大失误是：

“管理规章不实不细。飞龙集团发展6年中制定了无数条规章和纪律，规章制度已经比较完整。但这些规章大部分没有严密的具体细则，没有落实到具体责任人，导致有规难依的局面。纠正这一错误要从现在开始，总部各部门、市场各公司重新把现有的法规完善后，要增加两方面内容，即法规实施细则和实施检查细则。”

其实，像飞龙公司等企业，其规章制度不可谓无，也不可谓不严、不实、不细。但这些规章制度往往说在口头上、写在纸上、钉在墙上，就是落实不到行动上。

“天下大事，必做于细”，我们可以延伸为“天下企业，必做于细”，关键在于一个“做”字，没有实际行动，领导者的宏伟目标只是空想而已。

2. 事业开创阶段更要做好细节

细节触觉是人类对一些细节的感知和把握能力，这种能力可以使我们对事物做出正确的判断，对未来做出合理的预测。

细节触觉与创业的关系似乎很难联系起来，其实不然。我们常说创业要能抓住机会，特别是细节优势方面的机会，但你靠什么把握这些机会呢？靠的是你的细节触觉，如果你没有灵敏的细节触觉，机会也许就和你失之交臂。另外，我们还说，善创业者最善创新，创新固然需要有创新的意识和能力。但创新的目的是什么呢？难道仅仅是为了创新而创新吗？肯定不是。创新是为了使自己的创新成果能够有益于社会，并能为自己带来可观的回报。那么，创新成果能不能为社会接受，能不能为自己带来理想的回报，如何进行这些判断呢？还得用你的细节触觉。可以说，细节触觉不但在创业时使你牢牢地抓住了机会，细节触觉还在创业过程中引导着你积极创新。所以说细节触觉和创业看来不但有关系，而且关系还非同寻常。

特别是对那些欲在商海闯荡，欲创办自己企业的创业者来说，敏锐的触觉，特别是敏锐的细节触觉更是不能缺少的重要素质之一。世界上的任何一种潮流或者趋势，都有一定的先兆。如果有敏锐的细节触觉，我们就能从现在的事态发展中预测出未来的巨大商机。

比如在2001年的时候，股市有一波十分凌厉的行情，而在这次行情中只有一部分的散户赚了钱，而绝大多数散户都是赚了指数不赚钱，究其原因，能赚到钱的那些散户并不一定就是投资理财的专家或者有未卜先知的能力。他们就是凭着自己敏锐的细节触觉，从当时社会上人们对网络的热衷，从美国纳斯达克股指的疯狂上涨这些已发生的现象中，感觉到中国网络科技股的即将崛起，于是果断地换掉自己手中持有的传统行业的股票，大量买进网络科技股。因而，在网络科技股狂潮到来时美美地从股市“捞”了一把。而那些赚了指数赔了钱的散户股民，就是由于他们缺乏敏锐的细节触觉，从而丧失了一次赚钱的机会，当他们看到网络科技股赚钱，“奋不顾身”地抽出资金杀进去的时候，网络科技股已涨了几番，有的已翻了几十番，像亿安科技这样的股票正从当初的几元窜至百元以上。因而，当这些失去先机的股民往股市杀的时候，正是庄家大肆疯狂出货的时候，这些散户一杀进去就成了人们戏谑的“少数民族”——套牢族，在股市里充分体味了一回高处不胜寒的感觉。

可见，如果你有敏锐的细节触觉，你就能准确地预测到市场的未来，做好实际思想准备和物资准备，等待时机成熟，就能抓住机遇，成功地闯荡商海，扬起自己人生的风帆。2001年7月13日北京申奥刚刚成功，就有成千上万精明的商人，开始了积极的准备，他们不就是由于有敏锐的细节触觉，预测到了北京在2008年存在着巨大的商机吗？其实，这些成千上万的商人已经晚了一步，你也许觉得我说得太悬了，离2008年北京承办奥运会还有四五年的时间，这还算晚吗？

如何认识这个问题呢？如果我们把这些商人和那些没有看到申奥可以带来无限商机的人相比较，他们可以说具有一定的超前意识，他们的细节触觉还勉强可以说敏锐，但这种比较法本身就有问题，我们是拿先进的和落后的比，这一比自然先进者常先进、落后者常落后。如果换一种方法比较，即用先进和先进相比较将会怎样呢？难道还有比这些精明人更精明的人吗？我告诉你，不但有，而且还很多。

这里我仅举两个例子：

其一，你肯定在这一段时间里常看电视，那么你是否看到过这样一则广告，广告词是：现在你喝一瓶农夫山泉，你就为申奥捐了一分钱。笔者以前喝矿泉水觉得味道都一个味，农夫山泉也并无多少特别之处，所以买水时并不固定买什么品牌的。但自从看了农夫山泉的广告后，心里便觉得温馨，一温馨心里就激动，一激动就口渴，一口渴就想起了农夫山泉，所以喝水时就非农夫山泉莫属，况且每喝一瓶农夫山泉还为申奥捐了一分钱，那种喝水捐钱，为社会作贡献的感觉特别好。我想，像我这样的顾客肯定为数不少。农夫山泉的这个创意为自己多挣了多少钱，那是人家农夫山泉自己的事，我们就不去打听了。只要你觉得人家农夫山泉细节触觉特敏锐、特超前就行了。

其二，前些日子，你如果上街闲逛，就会有許多小旗映入你的眼帘，小旗上画着奥运的标志，写着“北京”“奥运”等字样。再一看，几乎大人小孩人手一旗。2001年7月13日，这是中国人的一个不眠之夜。如果你称不上是一个狂热的体育迷，但对这样重要的历史事件也不能无动于衷。于是一家人都来到了街上，想亲自感受一下这庄严、欢庆的历史时刻的气氛。来到街上后，像其他市民一样，毫不犹豫地为人家抢购了几面“奥运”小旗，就在抢购的时候，听卖旗的人说：“卖疯啦，卖疯啦，一连赶做了几个月，还是供不应求。”