



面对挑战 的抉择

原著：理查·柯乃洛

编译：华村 任新



现代人丛书

面对挑战的抉择

原著 理查·柯乃洛
编译 华村 任新

中国展望出版社

责任编辑 李中平
封面装帧 王沙城

面对挑战的抉择

原著：理查·柯乃洛

编译：华村 任新

中国对外翻译出版

(北京西城区太平桥大街4号)

通县教育局印刷厂印刷

新华书店首都发行所发行

开本 787×1092 毫米 1/32 印张 3.875

73 千字 1986 年 7 月北京第 1 版

1988 年 4 月第 2 次印刷 15001—34000 册

ISBN7-5050-0253-8/C·16 定价：1.05 元

该书在美发行时，美国管理协会(AMA)曾许下“退款保证”(Money-back guarantee)诺言，如读者按准则行事而不成功，可退还书款。该书因此而轰动全美，可见该书确实不同凡响。

目 录

1. 接触	[1]
2. 应变	[4]
3. 推销	[7]
4. 未来	[11]
5. 地利	[15]
6. 擅长	[18]
7. 谈论	[22]
8. 胜败	[24]
9. 诚实	[29]
10. 守密	[32]
11. 协力	[34]
12. 干扰	[36]
13. 学习	[39]
14. 动机	[43]
15. 目标	[47]

2 目 录

16. 突袭	[51]
17. 报复	[55]
18. 对手	[60]
19. 决断	[65]
20. 直觉	[69]
21. 微笑	[72]
22. 守信	[77]
23. 准则	[82]
24. 生活	[86]
25. 副手	[91]
26. 赞赏	[96]
27. 份量	[101]
28. 竞赛	[104]
29. 自信	[108]
30. 运动	[112]

1. 接 触

~~~~~  
**慎重地挑选对你的事业成功最有决定作用的朋友，并且与他们保持直接的、亲自的、持续的联系。**  
~~~~~

千万不要以为你能独自控制你在事业上发生的一切。不，你不能够。从某种意义上说，你的命运是由别人决定的。你唯一的希望，是设法影响别人的决定。

每一种职业都有它重要的接触点——人。他们能推你向前，也能拉你后退。他们能使你成功，也能使你失败。

你的上级……你的值得信赖的顾问……你的重要的客户……你的出色的下级……你的信息的来源……他们都是你的重要接触点。

我们一般都能认清谁是我们明显的接触点。但有时我们也不免会忽略一些不明显的接触点。如果真的忽略了，那将是一个极大的错误。

同样重要的是，自己虽然已经建立了重要的接触点，却忽视了彼此的关系，或者说忽视了与他们保持不断的、直接的和亲自的联系。因为有时我们已将注意力转移到更加紧急的事情上去了。这就是说：你误认为你一旦点燃了火种，便可以不必再添柴而能使它永不熄灭了。

在事业方面，有两种重要的接触点：

保持现状的接触点——是指可以帮助你保持你现在的良好情况，而不失去力量或优势的那些人们。

改进情势的接触点——是指那些能帮助你进一步发展的接触点。

例如：

对一位厂长或经理而言，保持现状的接触点——他的上级组织或领导；改进情势的接触点——有横向联系的其他单位的领导。

对销售员而言，保持现状的接触点——一位忠实的客户；改进情势的接触点——已经努力争取了很长时间的新客户。

对一般干部而言，保持现状的接触点——他的直接领导；改进情势的接触点——虽在偶然间相识，但能提供他一个进一步发挥才干和担任较重要工作的人。

你的重要接触点，不管看起来如何经久，却不必期望长久保持。只有极少数的重点接触点，可以长久保持。你今天依赖的人，也许明天就不存在了。也许是他们的情况变化了；也许是你的情况变化了；也许是你们彼此间的关系改变了。

衡量一种关系的好坏,其方法之一,就是看维持这种关系需要多少妥协。凡属人际关系的维持,都不免需要几分妥协。其中需要最少妥协的关系,就是最好的关系。你得盘算一下,为了保持某一重要接触点,你愿付出多大的代价。如果需要太多的妥协,或太大的代价,那还不如另觅他途!

因此,我们需要一套直接的、亲自的和持续的接触准则。

直接的接触:就是指不用任何中间人的接触。在事业上,有些事情你可以授权他人,但有些事你就不能授权。与你的重要接触点保持联系,正是你不能授权他人的一项。亲自去接触吧!

亲自的接触:就是指握手的接触,面对面的接触,眼对眼的接触。只要是适当,即使亲密无间亦无不可。写信固然不错,打电话也未尝不可,但面对面则更佳。

持续的接触:就是指稳定的、持久的、不终止的接触。与持续的接触相对的,是一曝十寒的、偶一为之的接触。

亲爱的朋友,请你记住:忽略了你的重要接触点,实际上就等于浪费你的金钱,也等于浪费你的时间。

2. 应 变

~~~~~  
千万不要认为事情今天如此，  
明天也将如此——说不定饭后就不  
一样了。  
~~~~~

事业是一个旋转的万花筒，它的图案一直在随时变换，
如果对于变化没有准备，那是愚蠢的。你应该了解，变
化总是会发生的。我们应当庆幸世事的变化，否则我们将一
事无成。

正因为事业中有变动，才使你免于停滞，才在你的工作
中增添趣味，才为你创造新的机会。

规则在变，先后次序在变，市场在变，形式在变，气候在
变，成本在变，趋势在变，观念在变，口味在变，做事的方法
在变，价值在变，别人在变，你自己也在变。所有的这些变
动，对你的工作都有直接或间接的影响。

一般而言，所谓变动有两种形式：循环的和直线的。

循环的变动,就象涨潮退潮一样,今天变动,明天又会变回来。

直线的变动,则是一直往前的运动。从旧的到新的,也就是一般我们所说的进展。直线型的变动,有时候会变得较好,但也往往变得更为复杂。

没有任何力量可以阻止变动。即使你处在一定的决策地位,你也不可能在循环的变动中幸免。例如专业工程师,在本世纪的六十年代后期,曾经十分吃香;而在七十年代初,在西方世界则成为“滞销货”了。

关于变动还有另一种现象:你在组织内的职务越高,变动对你的影响也愈大。

你当然可以有各种选择:你可以选一份变动缓慢但不重要的工作;你也可以选一份收到每封邮件或每通一次电话都将带来潜在风险的工作。但是,你却无法找到永远不变的工作。

变动是一种力量,象事业有着许多力量一样。如果你不学会利用变动以获益的话,变动就会搅乱你的事业。

就大部分的变动而言,往往都有很多预先的信号。你能了解这些信号,你就能预测有什么变动,在什么时间和以什么形式出现,甚至你还可以阻延或防止变动的出现。

一项对你有影响的变动,大半都是先孕育于他人的内心:一位顾客的内心、上级领导的内心、或是同事的内心。

人们的想法在没有说出来之前,也会有各种表达的方式:面部的表情和身体的动作、仿佛无关联的抱怨和赞许、偶尔的白日梦、闹情绪和耍态度等。

有时,一个人没有任何表达,可这也正是一种表达,足以告诉你他的意向。

一旦你学会了识别那些变动的预报,你就应该去分析变动的流向,事情将以什么方式变下去。你该懂得在变动的形成阶段,看出变动的趋势与形式。尤其是那些可能影响你的工作的变动趋势和形式。你还应该辨别出什么是真正的趋势,什么只是虚张声势。等到变动来临了,你就应该调整你的方向,从而获得弥补或加以利用。

还有另一种利用变动的更佳方法:你应该自己创造变动。由你自己先作变动,而不是由别人发起变动。以这种方法,你就能预知即将发生的事,从而为你自己建立主动者的声望。

所谓“一切照常”的说法,是违背事实的。人世间各种事物绝不会是一切照常的。

3. 推 销

~~~~~  
**不论你处在什么样的地位，你  
都要把自己看成是一个推销员。**  
~~~~~

只要你从事一项事业，你就是一位推销员。

这不是可以由你选择的事。你也许是一位基层干部、工程师、厂长、秘书、木匠、化学家、设计员、副总经理——任何职位都无关紧要。你仍然是一位推销员。

每天从早到晚，你都在向别人推销你的观点，推销你的企业，更重要的是，还在推销你自己。

你的推销，也许很有艺术，也许很拙劣；也许经过深思熟虑，也许不知不觉；也许是成功的，也许是失败的。但在整个时间过程里，你是一直在推销。

你也许会说你没有当推销员的天才，但那不是主要的。我们称之为推销员的人，大多数是只有极少一点或者说是完全没有先天的推销才干的人。可是他们中间毕竟有许多

人确实是成功了。

在这里，我们所谈论的推销术，着重在于态度，而不在于天才。

只要你能在头脑中形成正确的推销意识，并且能加以提炼和继续维持下去，那么在你所做的每一件事上都能增大成功的程度。你的推销意识，将反映在你工作的质量上，反映在你对待工作的态度上，反映在你对待朝夕共事的人们的态度上。你的推销意识，甚至于还会影响你观念的内容和思维的明晰。

只要你能表现出优秀推销员的热诚，不久你将发现你的这种热诚总有一天会实现的。你的热诚将会表现在你创造的产品上，表现在你提供的服务中，表现在你所写的报告、所打的电话以及口授的各种信函中，也可能表现在你对那些面试求职候选人的谈话以及和你的上级领导共进午餐时的谈话中。

你推销你自己，大都是采取间接的方式。你不必在台上为自己吹嘘。无论你在何处，不管你在做什么，只要别人能看见你，无论站着也好，坐着也好，你都是在展示着自己。你自己推销效果的优劣，要看你所展示出的优点或是暴露你自己缺点的程度来决定。

你所留给别人的第一个印象，往往持久不灭，这是有理由的。当别人初次与你接触的时候，就在第一眼看到你的那一瞬间，就得到了关于你的印象，尽管未经过有意识的分析综合，但是却把这些印象深刻地留存下来了。

他注意到你的一举一动，他听得出你的声音是否带有

自信心,他会感觉到你握手的力量。

同时,你自己也由于自身的打扮,提供给他人更多的信息。他人将从你的穿着和修饰来断定你是规规矩矩的还是随随便便的,是悠闲的还是紧张的,是小心谨慎的还是粗心大意的,是保守的还是进取的,等等。

使人惊讶的是,一个人的书桌、工作间或办公室,它竟能透露出一个人的许多的原始材料。只要走进一个人的办公室,即使他不在,也常能从中发现有关主人的许多情况。那间办公室,是一间工作房,还是一间展览馆?或是两者兼而有之?那间办公室是否布置得高雅而独特并反映主人的个性,还是看上去带有虚浮俗气的格调,仅仅反映出其装饰工匠的爱好呢?

一间办公室的外貌能够告诉你:到底主人是一位能真正掌握其工作的忙人,还是一位只会做表面文章的庸人?他是一位能在工作中享受乐趣的人,还是一位讨厌工作的人?他是一位提倡打破陋习的人,还是一位循规蹈矩的人?他是一位自有主见的人,还是一位人云亦云的人?这一切,只要你稍加留意,就会感觉到。

你也许只是在一间小仓库里工作,即便如此,你同样可以使它成为你推销自己的间接工具。同样的道理,你的家、你的其他财产、甚至于你个人的生活习惯,都莫不是你推销自己的间接工具,你的爱人和孩子们就更不必说了。

在任何一桩买卖关系中,卖方是主宰人。卖方主动进攻,控制着整个局面。卖方如果成功了,就能使买方依照他的观点来看待事物,屈从于他的意志,按照他的意向采取

行动。

这里有一个要点是，人们都喜欢有人在他们面前推销。他们乐于看到一位优秀的推销员，他们也乐于从一位真正说服他的推销员的手中买东西。

大多数人期望有一位推销员积极向他推销。如果推销不够努力，他们便会产生失望的情绪。不管是他们买前还是买后，他们都希望被推销员说服。如果一位推销员在销出一笔生意后，就马上转变他原有的态度，那么买者不但会感到失望，还会感到受骗呢。

如果你愿意在事业上常受人尊敬，被人恭维，讨别人的欢心——换句话说，是要做接受他人推销的事业，那么，就可去寻找一项采购职务，去担当一个买方的角色吧。只要你做得出色，那肯定是一个处处受欢迎的人。

但是，如果你愿意作一番具有创造性的事业，而且能从你创造出的价值中获得巨大收益的话，那么你就去找一个做推销员的工作吧。

买方人士一般都自以为是他们掌握着主动权。这就让他们去那样想吧！事实上每一位优秀的推销员都知道，真正坐在驾驶座位上掌握方向盘的乃是卖方。

但是这并不是说，如果你是买方，你就必然处于被动。须知无论在何种情况下，甚至于别人对你推销的时候，你也能够变成推销者。推销员总是积极的，总是进攻性的，而绝不是一位被动的或防守的角色。

4. 未 来

~~~~~  
**不管目前你说什么或做什么，  
都必须考虑对未来的影响。**  
~~~~~

有一个故事说：一位矮小怯弱的孩子，从小受尽了人们的嘲笑和欺侮。但是后来，这孩子凭着某种机遇，一下子有了惊人的成就，因而得到了人们的仰慕。很自然地，对那些当初关怀他的人，他会产生投桃报李的意愿。同时，那些曾经侮辱过他的人，都在深感悔不当初了。

这不仅是文学上的故事，也可说是事业方面的经验之谈。理由很简单：大多数从事事业的人都患有程度不等的近视症。每当他们急于处理眼前的问题时，往往会很少考虑眼前一言一行会带来的后果；殊不知今天的行为，正是他事业生涯中的一笔记录。

善于交友对事业确有必要。其原因有二：第一，交友有助于你工作的顺心遂意；第二，你今天所交的朋友，将来也