



阅想时代
Mind Times Press

PEARSON

101

**BUSINESS IDEAS
THAT WILL CHANGE
THE WAY YOU WORK**

颠覆传统的 101项 商业实验

【英】安东尼奥·韦斯 (Antonio E. Weiss) / 著 钱峰 / 译
【英】梅赛德斯·里奥 (Mercedes Leon) / 绘图

101项来自各领域惊人的科学实验

将世界一流的研究与商业**完美结合**

汇集成当今世上最绝妙的**商业理念**

彻底**颠覆**你对商业的看法

挑战你的商业思维极限

101

**BUSINESS IDEAS
THAT WILL CHANGE
THE WAY YOU WORK**

颠覆传统的 101项 商业实验

【英】安东尼奥·韦斯 (Antonio E. Weiss) / 著 钱峰 / 译

【英】梅赛德斯·里奥 (Mercedes Leon) / 绘画

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

颠覆传统的 101 项商业实验 / (英) 韦斯 (Weiss, A. E.) 著 ; 钱峰译 . — 北京 : 中国人民大学出版社 , 2014

ISBN 978-7-300-19793-7

I. ①颠… II. ①韦… ②钱… III. ①商业经营-研究- IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第232579号

颠覆传统的 101 项商业实验

[英] 安东尼奥·韦斯 著

钱峰 译

Dianfu Chuantong De Yibailingyixiang Shangye Shiyan

出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街31号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511770 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)
网 址	http:// www. crup. com. cn http:// www. ttrnet. com (人大教研网)	
经 销	新华书店	
印 刷	北京中印联印务有限公司	
规 格	170 mm × 230 mm 16开本	版 次 2014年11月第1版
印 张	17.5 插页1	印 次 2014年11月第1次印刷
字 数	195 000	定 价 55.00元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换

101 BUSINESS IDEAS
THAT WILL
CHANGE THE WAY YOU WORK

各方赞誉

本书作者通过一场商业领域和社会科学领域的
饕餮盛宴，为企业管理者们提供了一种无价的服务。

这本书太有趣了。它为管理人员准备了一盒充
满惊喜的巧克力，为一些陈词滥调赋予了新的意义，
以及价值一年的智慧养分。

我非常欣赏安东尼奥的作品，也钦佩培生教育
集团致力于把商业领域的最好思想和实践传播到
全球。

菲利普·德尔夫·布劳顿

《纽约时报》畅销书《哈佛商学院教
会了你什么》作者

沃尔特·基切尔三世

《战略之王》作者

爱尔兰·科皮萨罗爵士

麦肯锡公司第一位非美籍高级合伙
人，伊甸园项目信托委员会主席

学者和商人之间存在的鸿沟对于双方而言都是有害的。这本书为缩小这一差距做出了有价值的、令人振奋的贡献。

你可以利用这次机会把最新的发现运用到你的组织机构中去。作为一名企业管理人员，这些商业理念可以帮助你重新考虑企业的经营战略和经营方法。将最好的学术研究成果应用到我们真正面对的商业问题中，这真是一个非常聪明的想法！

在本书中，安东尼奥·韦斯将商业研究中的重要理念和实践结合在一起，不仅传达了丰富的知识，而且具有很高的可读性。这本书将会挑战你对商业的看法，帮助你更清晰地看待周围的人和世界。这是一本值得仔细阅读，并一读再读的书。

大卫·凯耶

前安盛咨询公司合伙人，前城市大学商学院院长（目前为凯斯商学院的院长）

克里斯多夫·麦肯纳

牛津大学萨伊德商学院，《世界上最新的职业》作者

摩根·维策尔

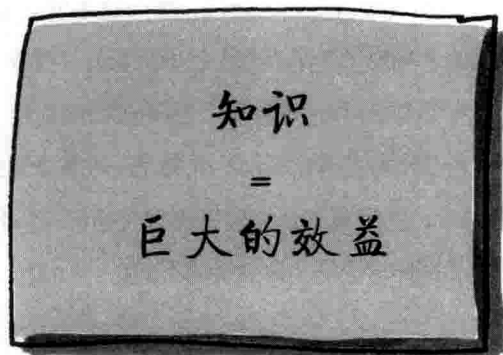
《管理思想的历史》作者

导言 如何将理论转化为结果

实验 1

为什么知识不一定就是力量

知识 $\neq$ 力量



将世界一流的研究成果与商业联系起来，你将获得巨大的效益。

你所需要知道的

是什么成就一名成功的首席执行官？怎样做才能获得更多的晋升机会？我们应该相信那些专家的预测吗？长期以来，人们总是会不耐烦地回答：“我们既不知道，也不可能知道——相信你自己的判断就好了。”假如我们现在知道的比大多数人想的还多，而大多数时候我们的判断又总是错的一塌糊涂，那将会怎么样呢？事实上，这就是现实。几十年来，专业学者和研究人员一直在研究

商务人士迫切想要得到答案的重要商业问题，并在这些问题上取得了一些成果。然而，到目前为止，他们这些令人惊叹不已的发现得到的关注却少之又少。这本书的就是要将那些开创性的研究发现介绍给你。

为什么你需要读这本书

你多久听到一次类似这样的建议：“管理一个团队的最好方法是给予他们自主权”；或是“聆听顾客心声”；甚至是“伟大的领袖是天生的，而不是后天养成的”。这些建议出自哪里呢？谁说它们是有用的呢？它们真的有用吗？如果你有过这种感觉，认为自己缺乏商业和领导力方面的建议，那么这本书就是为你准备的。《颠覆传统的 101 项商业实验》网罗了学术界各个领域最新的、世界一流的研究，并聚焦于商业领域中一些重要话题，详细地整合每个重要研究的结论。最后你将了解到：现实中，招聘人员看一份简历所花费的时间；咒骂是一种多么强大的止痛剂；如何分辨你的领导是否在说谎；明星员工是如何提高你自信心；为什么你所有的产品都应该像宜家家居的产品那样，等等。请继续读下去！

一点提醒

就像每一个论点都有可反驳之处一样，每一个伟大的理念或每一项伟大的研究也必然会引起争论或质疑。在总结现有研究时，本书总是尽可能地为读者提供最客观的方法。然而，一些话题不可避免地会引发争议。研究成果总是存在着一些局限性。比如，如果日本的一项研究发现，与打折商品相比，顾客更偏爱带有赠品的商品，这难道意味着美国的顾客也有同样的偏好吗？这种推论需要多次论证才能被接受。因此，本书中在介绍每一个研究之后，还伴随着一些小建议，教你如何改变自己的工作方式或管理方式。有时，我们需要将一些研究成果转化为富有逻辑性的实用品。这是否可行，常成为学者们激烈辩论的

导言

如何将理论转化为结果

焦点。正因如此，我们希望你能对其中感兴趣的课题深入钻研，形成自己的观点，这必定会让你受益匪浅。本书中提到的大量研究都经过了各领域专家的相互评阅以及学术界的严格审查，书中的一小部分研究并非直接来源于学术界，而是来自于包含着一些最佳商业思维的出版物。当然，任何错误的解析都完全归咎于本书的作者。

如何阅读这本书

本书共分为三个部分——关于职场的实验，关于管理的实验，关于商业经营的实验，你可以随意阅读。在每一项实验中，你都会看到与这个实验相关的一些重要研究总结（“为什么这很重要”），使你的工作方式更有效率的一些建设性意见（“实验所带来的商业启示”）以及一些可以随时引用的话，下一次和别人在办公室谈话时，你可以运用它们展现你的才华（“你可以对此说些什么”）。祝你阅读愉快！

——你可以对此说些什么——→

101 BUSINESS IDEAS
THAT WILL CHANGE THE
WAY YOU WORK

“世界上存在着许许多多惊人的研究，我们需要将它们转化为日常的、具有实用性的商业思维。”

“现在我了解了为什么计划好的事却常常不尽如人意——我掌握了一些巧妙的、创造性的方法，可以避免类似情况在未来再次发生。”

“下一次有人问我‘是什么使你产生这样的想法？’我可以将这本书推荐给他。”

目录

导言

如何将理论转化为结果 11

实验 1

为什么知识不一定就是力量 1

第一部分 \ 关于职场的实验 1

第1章 关于职场心理学的实验

实验 2

理性与感性并存的你 4

实验 3

情绪是如何改变你的思维 6

实验 4

冒险行为背后的生物学 8

实验 5

为什么有选择总比没选择好 11

实验 6

为什么信心确定直觉的准确性 13

实验 7

为什么有亲和力未必是件好事 15

实验 8

为什么情感的支持对于成功至关重要 18

实验 9

你的意志力是宝贵且有限的 20

实验 10

稍微落后一点的积极影响力 22

实验 11

关于规划的谬误 24

第2章 关于职场生存的实验

实验 12

保持诚实才是获得心仪工作的捷径 28

实验 13

6秒钟找到梦寐以求的工作，可能吗 30

实验 14

海外工作经验对晋升究竟有多大好处 32

实验 15

出勤率很重要 34

实验 16

请假会影响你的职业晋升吗 37

实验 17

阿谀奉承与职业晋升 39

实验 18

要想做到公司最高管理层，你必须成为一名通才 42

实验 19

为什么压力过大会导致决策失误 44

实验 20
为什么在职场中的女性不可以轻易发怒，而男性却可以 46

实验 21
设立的目标越多，实现的几率就越小 48

实验 22
帮助别人就是在帮助自己 50

实验 23
为什么偶尔的咒骂并不是件坏事 53

实验 24
提防病态建筑综合征 55

实验 25
职场中的竞争 57

实验 26
从你熟悉的地方开始创业 60

第3章 关于自我管理的实验

实验 27
如何改善你的记忆 64

实验 28
工作压力大？去跑步吧 66

实验 29
找出你自己最佳状态的时段 68

实验 30
想要真正提高，唯有熟能生巧 70

实验 31
对24小时随时待命说NO 73

实验 32
千万不要通宵熬夜 75

实验 33
上班时上网冲浪并非坏事 78

实验 34
戒掉坏习惯 80

实验 35

如何打造自信的形象 82

实验 36

进步是获得工作满足感的最大驱动力 85

实验 37

做时间的富人：花时间去帮助他人 87

第二部分 \ 关于管理的实验 91

第4章 关于领导艺术的实验

实验 38

为什么领导的有效性取决于与员工的关系 94

实验 39

为什么情绪反复无常的领导对员工的伤害最大 96

实验 40

是什么成就了一名优秀的CEO 98

实验 41

如何分辨领导是否在说谎 100

实验 42

关于领导头上的光环效应 102

实验 43

高处不胜寒：为什么权力会导致多疑 105

实验 44

如何成为一名最好的决策者 107

实验 45

如何成为像肯尼迪一样的魅力先生 109

实验 46

如何挑选你的接班人 112

实验 47

不同的领导风格会对公司战略产生怎样的影响 114

实验 48	
伟大的领导如何给其他人带来启示	116

第5章 关于团队管理的实验

实验 49	
超级明星在团队中的消极影响	120
实验 50	
情绪感染对团队的影响力	122
实验 51	
如何避免圈子文化在公司的泛滥	124
实验 52	
薪酬差距对团队表现的影响	126

第6章 关于企业管理的实验

实验 53	
如何摆脱会海的困扰	130
实验 54	
关怀员工的价值所在	132
实验 55	
如何将决策进行量化	134
实验 56	
如何看待员工业绩的大起大落	137
实验 57	
外来的和尚真的好念经吗	139
实验 58	
外部任命还是内部提拔	141
实验 59	
平衡CEO和董事会之间的权力至关重要	143

实验 60

企业并购中的信任不对称 146

实验 61

如何防止公司商业机密被泄露 148

实验 62

在家办公的可行性到底有多大 150

实验 63

精英制度所存在的潜在偏见 153

实验 64

强势的企业文化所带来的利与弊 156

第7章 关于管理心理学的实验

实验 65

如何有效地委派任务和资源 160

实验 66

选择退出策略的妙用 162

实验 67

如何减轻传递坏消息时的心理负担 164

实验 68

激发员工创造力的情绪过山车 167

实验 69

延迟做决定的艺术 169

实验 70

关于MBA学生作弊的商业伦理问题 171

实验 71

管理神话是如何诞生的 173

第三部分 \ 关于商业经营的实验 177

第8章 关于商业模式的实验

实验 72

游戏化改变商业模式 180

实验 73

迎接长尾时代的到来 182

实验 74

理性已经消亡，向动物精神致敬 184

实验 75

如何把黑天鹅变成白天鹅 187

第9章 关于销售与营销的实验

实验 76

为什么优秀的销售员都是乐观的人 192

实验 77

故事永远比事实更动听 194

实验 78

宜家效应的精髓——参与感 196

实验 79

在不经意间迸发无限的创意 199

实验 80

如何避免信息的不对称 201

第10章 关于消费者心理学的实验

实验 81

你越害怕失去，就越可能失去 206

实验 82

刺猬和狐狸——为什么专家说的并不一定可靠 208

实验 83

为什么好运总是偏爱漂亮的人 211

实验 84

为什么免费赠品永远比打折更吸引人 213

实验 85

为什么为顾客提供的选择越少，越能带来销售的增加 215

实验 86

为什么人们偏好已知的事情做参照 218

实验 87

为什么同辈压力能规范人们的行为 220

实验 88

相信因果报应的好处是什么 223

实验 89

什么时候顾客会忍受无礼的服务 225

实验 90

为什么与长期利益相比，人们更偏好短期利益 228

实验 91

顾客如何评估众多的服务与产品 230

第11章 关于商务沟通的实验

实验 92

为什么人们在邮件中更容易撒谎 234

实验 93

重点不在于你说了什么，而在于你怎么说 236

实验 94

发挥未来的作用 239

实验 95

社交网络如何实现知识共享 241

目 录

实验 96

如何摆脱刻板印象的影响 243

实验 97

避免冗长无用的辞藻 245

实验 98

想要任务得以贯彻执行，就要不断重复要求 247

实验 99

有时候逃避回答问题就是最好的回答 250

实验 100

推动变革合理化的辩论技巧 252

实验 101

将谣言扼杀在摇篮里 255