



实用百科速查速用
shiyong baike sucha suyong

一本书囊括你想要了解的管理学知识

管理学常识

速查速用大全集

明道 (知名管理作家) 著



**不可不知的
管理学常识**
速查速用大全集

- ◆ **涵盖全面的专业内容**：涉及的管理学知识内容丰富，涵盖了管理人士的自我管理、人才管理、团队管理、决策管理、激励管理、营销管理、制度化管理等诸多方面内容。
- ◆ **案例的应用和时效性**：对各种管理问题，进行了有针对性的分析，让你从中汲取经验教训，从而避开陷阱，少走弯路，尽快到达成功的彼岸。
- ◆ **具体生动的管理案例**：包含了大量生动、精炼的经典管理案例，一案一析，通过案例来形象地解读工作中最常见的管理问题。
- ◆ **方便查阅的口袋书**：这是一本管理学的枕边书，让你能在闲来无事以及在工作上遇到问题时随手翻翻，获得一些有益的启发，找到解决问题的方法。

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE





实用百科速查速用
shiyong baike sucha suyong

一本书囊括你想要了解的管理学知识

管理学常识 速查速用大全集

明道 著



中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

管理学常识速查速用大全集 / 明道著. —北京:中国法制出版社, 2015. 1

(实用百科速查速用)

ISBN 978 - 7 - 5093 - 5769 - 9

I. ①管… II. ①明… III. ①管理学 - 基本知识
IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 245923 号

策划编辑:刘 峰(52jm.cn@163.com)

责任编辑:杨 智(yangzhibnula@126.com)

封面设计:周黎明

管理学常识速查速用大全集

GUANLIXUE CHANGSHI SUCHA SUYONG DAQUANJI

著者/明道

经销/新华书店

印刷/河北省三河市汇鑫印务有限公司

开本/710 × 1000 毫米 16

版次/2015 年 1 月第 1 版

印张/20 字数/288 千

2015 年 1 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 5769 - 9

定价:48.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

传真:66031119

网址:<http://www.zgfzs.com>

编辑部电话:66038703

市场营销部电话:66033393

邮购部电话:66033288

(如有印装质量问题,请与本社编务印务管理部联系调换。电话:010-66032926)

目 录

CONTENTS

第一章 领导者自我管理——先管好自己再管别人

◎只在乎今天的阿甘——活在当下，行在今日	2	把握好度	13
◎牧师与司机——给员工提供更多的机会	3	◎怎样做个好教练——伯恩斯定律	14
◎“共命”鸟的故事——“头儿”之间要相互信任	4	◎求胜心切的父亲——控制好你的求胜欲	15
◎为什么发脾气——千万不要滥发脾气 ...	5	◎最喜欢的与最讨厌的——仰巴脚效应 ...	16
◎判若两人的老板——学会对员工感恩 ...	6	◎身先士卒的本田宗一郎——做下属的榜样	17
◎喜欢说“但是”的人——不要将否定式过渡词作为开场白	7	◎管理者面对下属的冲突该怎么办——面对冲突，保持中立	18
◎不会说话的小妹妹——尽量避免发表破坏性评论	8	◎张良捡鞋——管理者要谦恭一些	19
◎南郭先生的故事——杜绝“磨洋工”现象	9	◎韦尔奇是怎样解决问题的——拆屋效应	20
◎上司的疏忽——掌握点评别人的技巧	11	◎“胸有成竹”的故事——做一个有成效的管理者	22
◎“汉堡包王”的故事——杜利奥定律 ...	12	◎“泰莱诺尔”事件——赫克金法则	23
◎强势的领导并不好——发表意见要		◎一鸣惊人——管理者应虚心接受批评 ...	25
		◎自刎的李离——管理者要勇于承担责任	26

◎“军人”总裁任正非——管理者影响力的来源	27	◎当老板的鹦鹉——企业应该有一个合格的领导	32
◎洪承畴的“忠心”——不要被小利诱惑	28	◎韩信对待仇人——宽容地对待他人 ...	33
◎摩托罗拉的“六西格玛”管理——管理者要追求完美	30	◎父亲与三个孩子的对话——专注目标	34
◎赵普收礼——管理者要有自知之明 ...	31	◎灵活多变的西尔斯公司——管理者要灵活多变	34

第二章 人才管理——找对人才能做对事

◎IBM 为什么会如此强大——天花板效应	40	◎乔致庸如何处理掌柜辞职——企业要好好对待老员工	53
◎子发用神偷退齐兵——特雷默定律 ...	41	◎IBM 重用优秀员工——乔布斯法则	54
◎选马的故事——霍布森选择效应	42	◎庞统为什么不受重视——刻板效应 ...	55
◎士别三日，当刮目相看——用发展变化的眼光看人才	43	◎小张的烦恼——彼得原理	56
◎怎样才能成功移民美国——情景模拟面试法	44	◎杜邦独特的安全文化——必要的安全培训不可缺少	57
◎淳于髡荐贤——识别人才的好方法 ...	46	◎美国商人贪小失大——酒与污水定律	60
◎聪明的司机——案例面试法	47	◎沃尔玛的人才观——大荣法则	61
◎燕昭王求贤——海潮效应	48	◎世界第一女 CEO 的故事——蘑菇定律	62
◎不要被表面现象欺骗——现实工作预览	49	◎福布斯的用人之道——适才适所法则	63
◎大公无私的祁黄羊——任用人才应大公无私	51	◎福特公司让员工做喜欢做的事——“不值得”定律	64
◎一个“精神病”——投射效应	51		

◎全世界最贵的清洁工——让下属说真话	65	着缺点	68
◎齐桓公重用仇人——管理者要宽容待人	66	◎母鸡与仙鹤的故事——怎样留住人才	70
◎食品公司的失误——慎用“光环效应”	67	◎把培训进行到底——培训是一种双赢	71
◎魏无知荐陈平——用人不能只盯着缺点		◎勤奋工作也错了吗——怎样收回培训投资	73

第三章 团队合作管理——让组织和谐发展

◎寺院为何荒废——协作精神必不可少	78	◎她是被谁杀死的——责任分散效应 ...	91
◎竞争不必两败俱伤——正和博弈论 ...	79	◎洛克菲勒的快乐——跷跷板互惠原则	92
◎IBM 通情达理的管理——情感管理让团队充满凝聚力	81	◎请君入瓮——不要频繁指责自己的合作伙伴	93
◎皮匠与和尚的故事——团队精神	83	◎如此分工——蚁群效应	95
◎思科员工的自我培训之道——学习型组织	84	◎命丧黄泉的黄蜂——企业中的团队建设	96
◎老板和伙计——团队成员之间要互相信任	86	◎指鹿为马——权力不能太过集中	97
◎万科为何会“受伤”——负和博弈 ...	87	◎钢铁厂为何能起死回生——团队中的良性冲突要积极鼓励	98
◎为什么总辞职——组织公平感	89	◎司空见惯——不能纵容员工的错误 ...	100
◎进退有度才能获得成功——蓝斯登定律	90	◎老鼠偷油——螃蟹效应	101

第四章 激励管理——让员工自己奔跑

- ◎通用裁掉的10%——末位淘汰 106
- ◎抱薪救火——不要只用钱去激励
你的员工 107
- ◎杰克·韦尔奇的高招——让员工
参与决策 108
- ◎闻鸡起舞——用明确的工作目标
激励员工的士气 109
- ◎麦当劳对员工的激励——马蝇效应 ... 110
- ◎后来居上——公平合理地考核员工 ... 112
- ◎怎样让员工得到满足——双因素
理论 113
- ◎房顶上的草料——目标设置理论 115
- ◎望梅止渴——奖励员工前要了解
其真正的需求 116
- ◎为什么员工会辞职——物质激励
是不可或缺的 117
- ◎微软给下属放权——充分授权给
员工 119
- ◎利润分享计划——企业应与员工
分享利润 121
- ◎斯凯特朗情暖人心——真心关爱
也是一种激励 122
- ◎为什么不愿意逛超市——站在员
工的立场上想问题 124
- ◎白兰地——对员工不能只用一种
激励手段 125
- ◎经常加班的小王——用榜样人物
激励员工 126
- ◎伟大的老罗斯福总统——坎特法则 ... 127
- ◎绩效随着努力程度而变化——X
效率理论 128
- ◎摩托罗拉的努力——跳蚤定律 129
- ◎韦尔奇拯救通用电气——奥卡姆
剃刀定律 131
- ◎政府部门为什么会效率低下
——帕金森定律 133
- ◎因自信而成功的杰克·韦尔奇
——杜根定律 135
- ◎必须快对手一步——快鱼定律 137
- ◎巨人集团的“短板”——木桶效应 ... 139
- ◎吃四个汉堡的后果——戈森定律 140
- ◎“鲶鱼”助本田公司成功——鲶
鱼效应 142
- ◎为什么总是停步不前——内卷化
效应 144
- ◎国企巨额亏损的背后——棘轮效应 ... 146
- ◎工作不能一味拖延——等死模式 147
- ◎积极工作才能更好地生存——懒
马效应 149
- ◎荷兰小城的卫生故事——如何对
待“忙里偷闲”的员工 151

第五章 决策管理——运筹帷幄之中，决胜千里之外

- ◎大才子遇到大老粗——决断力 154
- ◎英特尔的勇气——敢于淘汰自己
的产品 155
- ◎农场主与狮子——怎样做出正确
的决策 156
- ◎成功重组的 ABB——走好企业重
组这步棋 158
- ◎李世民果断进军——在困难面前
绝不犹豫 159
- ◎松下公司果断放弃大型电脑
——有时放弃也是一种收获 161
- ◎欧美企业的战略再造——适时地
进行企业战略再造 162
- ◎破釜沉舟——做决策需要魄力 163
- ◎先让自己的大脑活动起来——好
的规划是成功的开始 164
- ◎亨利二世与经理集团——不能老
板一个人说了算 165
- ◎与虎谋皮——努力提高科学决策
能力 166
- ◎大蒜与大葱的故事——寻找自己
的财富增长点 168
- ◎愚公移山——坚持正确的信念不
动摇 169
- ◎神奇的“决策助手”——布利丹
驴困境 170
- ◎李嘉诚是怎样当上“塑料花大
王”的——儒佛尔定律 171
- ◎可口可乐的失误——费斯原则 172

第六章 经营管理——用心经营，成就不凡

- ◎福特公司的失败——别让你的企
业喘不过气来 176
- ◎电脑键盘上字母的排列顺序
——路径依赖理论 177
- ◎李东生掉入“陷阱”——不要被
成功击倒 179
- ◎丰田为什么会成功——秃头论证 180
- ◎微软靠创新成功——创新是企业
的生命 181

◎通用电气的一流服务——为顾客提供最优质的服务	182	管理	194
◎联想与 IBM 的谈判——对客户做必要的让步	183	◎致命的缺陷——性命攸关的财务管理	195
◎坚决放弃已经失去的东西——沉没成本理论	184	◎美女的力量——美女效应	196
◎兄弟俩的烦恼——如何管理家族企业	185	◎一次失败的创业——如何提高现金效益	197
◎聪明的麦哲伦——美即好效应	187	◎松下电器抓住女性心理——关注女性消费市场	199
◎海南的农村超市——试点效应	188	◎沃尔玛的“吝啬”——王永庆法则	200
◎推销员的成功法则——二八法则	189	◎到底是谁的错——手表定律	201
◎永和豆浆的成功——连锁经营的共生效应	191	◎为什么不被录用——沉锚效应	203
◎谷歌为什么会成功——长尾理论	192	◎尼西奇成功的背后——沃尔森法则	205
◎五粮液的品牌价值——做好品牌		◎白酒业乱象的背后——啤酒效应	206
		◎食用油涨价的背后——蝴蝶效应	208

第七章 营销管理——巧妙的营销让企业获利

◎找到适合自己的“位置”——格乌斯原理	212	◎把顾客当情人——完美的售后服务助你成功	220
◎拥有了就涨价——禀赋效应	212	◎好名字的力量——拉图尔定律	221
◎邯郸学步——在竞争中要善于模仿	214	◎“奇妙笔”的故事——商品的价格由市场决定	223
◎奇妙的兰花——配套效应	215	◎老年人的玩具——爆冷门效应	224
◎沃尔玛的“折价销售”模式——坚持让利给顾客	217	◎“十诫”销售的故事——让顾客满意可以实现永续销售	225
◎“神奇牦牛”的成功——“搭便车”理论	218		

◎关于三鹿的品牌故事——对比困难效应	227	◎雀巢咖啡所走的弯路——别让广告毁了自己	241
◎梅西百货投顾客之所好——主动迎合顾客不断变化的需求	228	◎辐射式经营——企业的战略转移	242
◎雀巢的液体巧克力——企业淡季营销策略	230	◎可口可乐的广告宣传——广告效应 ...	243
◎米勒啤酒走俏——企业的市场定位一定要准确	231	◎波音把坏事变成好事——回避错误是愚蠢的	244
◎五谷道场方便面失败的背后——怎样做好渠道促销	233	◎起关键作用的樱桃树——从客户的口中寻找线索	245
◎微笑着的推销员——成功推销的七个技巧	235	◎聪明的耐克公司——做自己最擅长的事	246
◎为什么只要盒子——杜邦定律	236	◎失败的宣传——给客户一个非买不可的理由	247
◎土豆网的成功营销——三步做好网络营销	237	◎梅花手表成功的秘密——企业应具有独特的优势	248
◎石头的价值——凡勃伦效应	238	◎华为的营销手段——与客户建立良好的关系	249
◎电脑的“大规模订制化”——为顾客量身定做所需产品	239	◎海尔集团的“营销日记”——营销管理重在控制过程	250

第八章 制度化管理——靠制度管人，用制度办事

◎不寒而栗——管理者不能滥用权力 ...	254	化管理	258
◎一个分粥的故事——坚持正确的原则	255	◎赵武灵王变法——企业管理不能因循苟且	260
◎三令五申——企业管理者应令出必行	256	◎降落伞的故事——制度要克服人性的弱点	261
◎企业怎样消除文化差异——跨文		◎诸葛亮挥泪斩马谡——刚性管理	262

- ◎没有上保险——坠机理论 263
- ◎“弼马温”的故事——管理不玩障眼法 266
- ◎究竟是谁的错——企业应实行问责制 ... 264

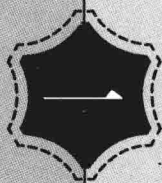
第九章 艺术化管理——管理是一门艺术

- ◎周厉王弭谤——磁力法则 270
- ◎国王的悲剧——授权的同时别忘了控权 271
- ◎尽职尽责的技术员——洛伯定理 272
- ◎亨氏给员工带条鳄鱼回去——把快乐带给员工 273
- ◎福特的5美元工作日——要重视薪酬的力量 274
- ◎子产不毁乡校——认真聆听员工的声音 275
- ◎张瑞敏砸冰箱——管理者应以身作则 276
- ◎管理顾问——管理要讲艺术 277
- ◎王与马共天下——管理者应与员工同心同德 278
- ◎掩耳盗铃——不要逃避问题 280
- ◎驾驶员和猴子——命令要清楚明白 ... 281
- ◎小天鹅的末日管理——青蛙效应 282
- ◎被惩罚的员工——破窗理论 283
- ◎丰田公司的召回危机——如何应对“产品召回危机” 284
- ◎联想在失败中获得成功——让失败成为你的财富 285
- ◎潘石屹解决“氨气事件”——怎样解决公关危机 287
- ◎在危机中发现商机——小船如何过大浪 289

第十章 人性化管理——把员工当朋友

- ◎拿破仑站岗——不要鞭打自己的员工 292
- ◎用“严刑峻法”治厂的希望集团——热炉法则 293

◎丹尼尔的微笑——用微笑换取黄金	294	听才会有沟通	300
◎戴高乐为下属着想——刺猬法则	295	◎被冻死的旅行家——互惠关系定律 ...	301
◎唐骏关心员工——记住员工的名字 ...	296	◎伟大的特蕾莎修女——一把钥匙	
◎用心良苦的表演大师——波特定律 ...	297	开一把锁	302
◎摩托罗拉的“沟通宣传周”		◎松下幸之助的坚持——南风法则	303
——顺畅的沟通是活力之源	298	◎两位上司的差距——皮格马利翁	
◎大连三洋的转变——柔性管理法则 ...	299	效应	304
◎大画家听小孩子的意见——有倾			



领导者自我管理

LINGDAOZHEZIWOGUANLI

许多管理者都将愤怒当作一种有效的管理技巧，认为愤怒可以刺激那些无精打采的员工，可以提高员工的士气。没错，管理者的愤怒有时确实可以起到这些作用，但是当你提高了员工士气的同时，你又需要付出什么代价呢？

要知道，情绪的波动并不是最可靠的管理工具。因为当人类生气的时候很容易失去控制，而当一个人失去控制时便很难有效地去对下属进行管理。你可能觉得，偶尔发发脾气可以激励下属，可实际上，任何人都没有办法预测人们对你的愤怒会作出怎样的反应。

只在乎今天的阿甘——活在当下，行在今日



管理常识

在企业经营期间，领导者不可避免地昨天的不顺而感到失落，他们总是耿耿于怀，对下属们喋喋不休。他们也经常会为明天的美好充满了憧憬，一想到这点就意气风发、热血沸腾，在企业交流会上一遍遍重复着慷慨激昂的演说。

然而，当我们叹息追悔莫及的昨天，幻想遥不可知的明天时，可曾提起过即将失去的今天？昨天是已经过去的今天，明天也会变成未来的今天，唯独真正的今天是我们所拥有的。

那么多成功的企业家们，已经帮我们证实了这一点——“只有把握好今天，才能走出昨天，开创明天。”对这些成功者而言，他们把昨天当作是张作废的支票，明天是暂未兑现的支票，只有今天才是现金，有流通的价值。

昨天已成为过去，想留也留不住，而明天又是现在的延续，想即刻拥有也无能为力。假如不把今天放在眼里，即使你悔过了昨天的失误，畅想了明天的辉煌，又有什么实际意义呢？所以，与其整天生活在美好的想象中，不如把那种美好带回到现实中来，成为今天奋斗的动力而加以珍惜。

有一首诗说得很好：不要为昨天叹息，不要为明天忧虑/因为明天只是个未来，昨天已成为过去/未来的不知是些什么，过去的只能留做记忆/只有今天，才是你真正的拥有/今天，是你冲锋的阵地/缅怀昨天、把握今天、迎接明天/昨天是成功的阶梯，明天是奋斗的继续。



管理故事

GUAN LI GU SHI

美国有一部著名的影片《阿甘正传》，这部电影一举拿下了奥斯卡最佳影片、最佳男主角、最佳导演、最佳剧本改编、最佳剪辑、最佳视觉效果等六项大奖。故事的主人公阿甘只把握今天，并且不断地创造着辉煌。

阿甘在旁人眼里是个不折不扣的傻瓜。在母亲的帮助下，他逐渐走出了自卑的阴影，执着甚至近乎痴迷地过着每一天的生活。为了躲避同学们的侮辱，他不得不让自己并不灵巧的双腿奔跑起来。正是这种奔跑，让他顺利地升入大学，成为一名橄榄球明星，并且受到肯尼迪总统的接见。

大学毕业后他参军去了越南战场，阿甘并不介怀于别人对战争的看法，他只关

注今天发生的事。这样的执着让他成为了英雄，不久又受到约翰逊总统的接见……

牧师与司机——给员工提供更多的机会



管理常识

在现代企业管理中有一些管理者就像牧师一样，总喜欢突出自己、表现自己，不给员工自我尝试和表达的机会，时间一长这样的企业或是团队的工作效率就会大大地降低，在竞争中输给对手。因为就算管理者的能力再强，也没有团队的力量大。因此管理者在企业的日常管理中不能总是显示自我。

管理者要做的是对自己的下属进行指导，支持下属的工作，为下属提供表现自己的机会，最大限度激发下属的潜能，让每个下属的能力和素质都得到提高，让他们都能成长为独当一面的人才，让自己的组织或是团队变得更加高效，这就是一个管理者的使命。

下面故事中提到的牧师虔诚地带领着信徒祷告，可他的信徒却都在睡觉。公交车司机从来不曾祷告过，可是他的乘客却都在虔诚地祷告。这说明牧师虽然尽职尽责，但是他只是一个人在努力，并没有充分调动信徒的积极性。相反，公交车司机虽然什么都没做，可是他的乘客的积极性却都被调动起来了，从这个角度上来说公交车司机对教会所作的贡献更大。



管理故事

GUAN LI GU SHI

一名公交车司机和一名牧师在同一时间去世了，结果公交车司机上了天堂，而牧师却下了地狱。牧师觉得这样也太不公平了，他觉得自己把一生都贡献给了教会，现在却得到了这样的待遇，于是他提出希望能够当着上帝的面进行申诉，上帝虽然很忙，但还是同意了他的请求。

于是牧师对上帝说：“万能的主啊，我从二十五岁就在教会工作，我把自己的一生都贡献给了教会。我每个礼拜都带着信徒们进行虔诚的祷告，为什么到头来我的结局还不如一个公交车司机呢？这让我非常疑惑。”

上帝说：“那么就让我来告诉你原因吧，不错，你是每个礼拜都虔诚地带领着信徒祷告，讲解经书，可是他们却都在下面睡觉。虽然那个公交车司机每天都开着车在大街上横冲直撞，但是他的乘客却每天都在认真地祷告。”

“共命”鸟的故事——“头儿”之间要相互信任



管理常识

古人有“高处不胜寒”之说，其实也可以拿它来比喻企业中的高层管理者的处境。高级主管就好比是政府里的高级官员，都是响当当的大人物。人们通常很羡慕这样的管理者，甚至有些人长期混迹于同一个企业，把有朝一日当上高级管理者作为自己的目标。追求权力是人们的自由，但是权力是用来为企业服务的，取得的地位越高，你的工作难度就越大，只为了掌权未免落入俗套了。

无论是企业界还是政界，夺权现象早已成为客观存在的事实。也许权力的威力比金钱还要大，所以才会有“权钱交易”一说。管理者们利欲熏心，夺权的手段越来越隐蔽，甚至极其险恶，到了令人发指的程度。高层之间你来我往的“信任”，也随之变成“虚情假意”。

当然，我们也不能以偏概全地认为高级主管们不能互相信任，或者他们只是为了夺权，而是应具体情况具体分析。一般而言，高层之间丢掉彼此信任的原因有以下几种：

(1) 同一个岗位上，副手的能力高于主管，经常做一些喧宾夺主的事情，导致“一山不容二虎”的情况发生，于是两人经常撕咬在一起。

(2) 不同岗位上的两个主管之间，为了博得上司的厚爱，彼此干涉起“内政”。为了不让对方超过自己，他们处处设防、阳奉阴违。

(3) 不满于利益的分配而产生了分歧，但苦于无法向上司正面交涉，为了争夺利益两人或多人之间从此结了仇。

(4) 英雄难过美人关。两位男主管喜欢上同一个女职员，并且不断地传出绯闻，男人之间的醋坛子碎了，翻脸不认人。

其他原因还有很多，这里不再赘述。总之，在企业组织中，如果领导之间的合作关系都没有处理好的话，就谈不上管理好各自的下属，整个企业的命运就值得担忧了。



管理故事

GUAN LI GU SHI

一个国家级的森林公园里，养着一只奇怪的鸟，这只鸟长着两个头，饲养员给它起了一个有趣的名字——“共命”。这只鸟的两个头都有各自的意识，能够独立

思考。不管遇到什么问题，这两个“头”都必须商量好才行，否则它们共同使用的翅膀就会不听使唤。

有一天，这两个“头”因为一点小误会大吵了一架，之后谁也不理谁了。敌对情绪越来越重，甚至无法生活在一起。其中一个“头”实在忍不下去了，想和另外一个“头”和好，但对方并没有配合，这样一来不但没有和好，关系反而闹得更僵了。

后来，这两个“头”每天为了吃什么东西争吵不休。善良的“头”提倡吃虫，因为这样不但可以增强体力，还能造福自然。邪恶的“头”则一直坚持吃野生草莓，并且总是让对方先吃，碰到有毒的可以毒死对方，邪恶的“头”好独立生存下去。终于有一天，善良的“头”被毒死了，毒液残留在体内，逐渐散布全身，将邪恶的“头”一并毒死了。

为什么发脾气——千万不要滥发脾气



管理常识

许多管理者都将愤怒当作一种有效的管理技巧，认为愤怒可以刺激那些无精打采的员工，可以提高员工的士气。没错，管理者的愤怒有时确实可以起到这些作用，但是当你提高了员工士气的同时，你又需要付出什么代价呢？

要知道，情绪的波动并不是最可靠的管理工具。因为当人类生气的时候很容易失去控制，而当一个人失去控制时便很难有效地去对下属进行管理。你可能觉得，偶尔发脾气可以激励下属，可实际上，任何人都没有办法预测人们对你的愤怒会作出怎样的反应。

所以，在许多时候，上司的这种情绪波动不但不会激励员工的士气，反而会让他们陷入到迷茫的状态。

通常在工作中，人们总是特别留意那些经常发火的同事，虽然他们也有许多其他的优点，但是仍然无法阻止我们将他看成是一个爱发脾气的家伙。所以每当提到他们的时候，人们通常的反应都是“我听说他很爱发脾气”。而这种形象一旦被确定下来，便很难得到改变。如果你想要改变这个形象，往往需要花费几个月甚至是几年的时间。



管理故事

GUAN LI GU SHI

一位喜欢发脾气的父亲找到一位心理医生，向他求助。心理医生在得知了这位