

畅销大陆、台湾的员工培训经典教材

你 是

最棒的员工

没有你不行

NISHIZUIBANGDE
YUANGONG

卓云扬◎编著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

畅销大陆、台湾的员工培训经典教材

你 是 最棒的员工 没有你不行

卓云扬◎编著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

你是最棒的员工——没有你不行/卓云扬 编著. —北京: 中国经济出版社, 2005.1

ISBN 978-7-5017-6187-6

I. 你… II. 卓… III. 职业选择—基本知识 IV. C913.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 122477 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: WWW.economyph.com

责任编辑: 聂无逸 (电话: 13701326619)

责任印制: 常 毅

封面设计: 清水工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市华润印刷有限公司

开 本: 787mm×960mm 1/16 印 张: 14.25 字 数: 235 千字

版 次: 2008 年 1 月第 2 版 印 次: 2008 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5017-6187-6/F·4969 定 价: 22.80 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68341878



目 录

引言 努力成为核心员工

- | | |
|----------------------|---|
| 1. 什么是核心员工 | 2 |
| 2. 核心员工在公司中的地位 | 4 |
| 3. 努力成为公司的核心员工 | 6 |

第 1 章 与公司共命运

- | | |
|--------------------|----|
| 1. 把公司当成自己的家 | 9 |
| 寻找家的感觉 | |
| 应该多感谢老板 | |
| 宽容公司的失误 | |
| 2. 热爱自己的家 | 16 |
| 热爱你的公司 | |



- 热爱自己的工作
- 增进了解，就会热爱
- 3. 家里的人际关系 22
 - 核心员工与老板的关系
 - 核心员工与下属的关系
 - 核心员工与其他同事的关系
- 4. 与公司共同发展 32
 - 一荣俱荣，一损俱损
 - 公司兴亡，我的责任
 - 与公司树立共同目标
 - 以大家利益为重
- 5. 与公司同舟共济 39
 - 到哪都受欢迎的人
 - 全心全意，不可有异心
 - 比金子还珍贵的品质
 - 忠诚是无价之宝

第2章 造就核心员工的品质

- 1. 工作要有创新精神 51
 - 打破规则
 - 打破观念的束缚
 - 敢于挑战固有认识



表现你的创新精神	
创新意识	
2. 工作要做多面手	58
创业阶段的“多面手”	
大公司中的复合型人才	
全面提升工作能力	
3. 业务至上，不惟人际关系	64
讲原则的员工	
平等心态与老板沟通	
注重不惟人际关系的方法	
切勿搅扰工作秩序	
4. 做一个学习型核心员工	71
业精于勤，荒于嬉	
不断学习，完善自我	
修炼自己，应对变局	
让自己“增值”	
5. 细节决定成败	78
轻视细节必受惩罚	
把小事做细	
千万不要忽视小问题	
工作中无小事	
6. 寻求双赢	85
考虑双赢	



双赢模式的品德特征

7. 110%的付出 92

核心员工需要额外付出 10%

完美同样存在缺点

多付出一点点

第 3 章 做老板离不开的核心员工

1. 用你自己的业绩说话 100

业绩突出为生存之本

拥有良好的客户“关系网”

挖掘跳槽前的最后一桶金

出色地完成每一项工作

能独挡一面

2. 自动自发地工作 109

不满足于现状

自觉主动地工作

充满干劲，全力以赴

追求最佳的工作业绩

3. 坚守自己的责任 119

什么是责任

放弃责任就像自己是个逃兵

犯错时不要推卸责任



责任让人出色	
4. 做个有团队精神的核心员工	126
团结协作	
不固执己见	
公司永远需要团队作战	
5. 与客户友好相处	134
守约	
身份	
知己知彼	
互利	
6. 成为老板的最好助手	140
维护老板的权威	
摆正自己的位置	
善于领会老板的意图	
为老板分忧	

第4章 给核心员工的几点建议

1. 恪守职业道德	145
不能依靠欺骗来追求成功	
切勿做“说长道短”	
切勿感情用事	
不打“小报告”	



- 离开时，像一个绅士
2. 学会自我反省 153
- 将心比心，客观处事
- 先检讨自己，再检讨别人
- 先问自己付出去多少，再问人家给了多少
3. 工作要分轻重缓急 157
- “鹅卵石”的启发
- 别整天忙个不停
- 时间管理是成功的秘密
- 如何处理工作和时间的矛盾
- 专注于可支配的时间
- 一些值得注意的要点
4. 从失败中汲取营养 167
- 没有谁能随随便便成功
- 加倍你失败的次数
- 从失败中学习
- 别犯低级错误
5. 展示潜力，抓住运气 173
- 知己知彼，展示潜力
- 发挥自身潜力，将业绩扩大
- 好东西也是要靠推销的
- 紧紧抓住运气
6. 切忌功高震主 181



别跟老板抢镜头

切勿居功自傲

适当地替老板做嫁衣裳

7. 微笑 = 成功 186

微笑可以助你一臂之力

微笑可以消除矛盾

微笑——成功交流的第一步

第 5 章 做公司的灵魂人物

1. 老板心目中的核心员工 193

2. 充分认识自己，提升自我 195

从心里肯定自己

提升自我

3. 我想，我做，所以我成功 200

态度决定一切

始于心动，成于行动

4. 以事业为第一生命 206

事业——你的全部

协调好自己与公司的利益

5. 投入到工作中去 210

专注工作，并付出努力

面对“不可能完成的任务”

6. 为成为核心员工而奋斗 215

引 言

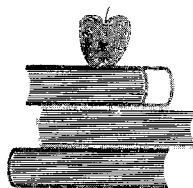
努力成为核心员工



1. 什么是核心员工

2. 核心员工在公司中的地位

3. 努力成为公司的核心员工





一个人的职场生涯，占据了生命的一大段时间。同时随着社会竞争的日益激烈，许多身在公司的员工被推到了风头浪尖，毫不夸张地讲，工作已经成为个人“安身立命”的重要途径。而要想让你自己成为公司离不开的人才，你就必须努力使自己成为一名核心员工。



什么是核心员工

对于核心员工的界定，企业界还没有形成统一的认识，不同的人从不同的角度给出了不同的定义与解释，主要有以下几种：

- (1) 核心员工是从事与企业的生死存亡休戚相关的核心业务的人。
- (2) 核心员工是指那些终日与顾客直接面对面地打交道或通过电话与客户进行各种业务交谈，因而可以称之为公司的“形象大使”或者“形象代言人”的一群人。



从其为企业创造价值的来源来看，核心员工可分为四类：

- (1) 具有专业诀窍的核心员工。这类员工从事的技术诀窍往往是企业的关键环节，其工作绩效的优劣影响着企业经营的正常运转。
- (2) 具有广泛外部关系的核心员工。这类员工是企业与外部组织相联系的纽带，他们直接与客户、供应商接触，企业通过他们来获取所需资源并输出产品。
- (3) 具有人格魅力的核心员工。这部分员工与前两者相比，可能既不拥有专业诀窍，也不掌握客户资源，但他们的行为往往会在很大程度上左右整个企业的员工士气。
- (4) 具有创新精神的核心员工。这类员工所具有的强烈创新精神无论对于企业的有形资产还是无形资产都有极大的潜在价值。

从核心员工在组织结构中所处的职位看，可划分为三类：

- (1) 共同创业者。当一个小企业经历了无数磨难生存下来并逐步壮大后，与最高管理者共同创业的合伙人或高级管理人员就属于这类核心员工。
- (2) 优秀的中层管理者。
- (3) 新员工。许多有才能的新员工在进入企业很短的时间内就走上了企业的核心岗位。即使不是这样，对人力资源管理比较规范的大企业而言，对于有能力的新员工一般也有将其培养成核心员工的长期计划。



虽然某些人员对大多数企业而言都是核心员工，如优秀的中高级管理人才。但应当看到，对于不同的企业，其核心员工的内涵还是不同的。对于像微软这样的高科技企业，优秀的程序开发人员是毋庸置疑的核心员工；对于证券公司和银行而言，其核心员工是出色的分析师；而沃顿商学院人力资源中心主任彼特·卡普里教授在调查中发现，美国 UPS 快递公司将企业中的司机视为核心员工，原因是 UPS 认为司机是公司业务运转的枢纽，司机具有在速递业务所需要的重要技能，他们了解路线的特征，他们也主导着与客户的关系。所以说，在明确核心员工含义的基础上，结合本企业的具体情况方能真正界定出自己的核心员工，而员工本人也才能有个明确的奋斗方向。

2

核心员工在公司中的地位

所谓企业核心能力是指企业内部经过整合了的知识和技能，尤其是协调各方面资源的知识和技能，具有明显的竞争优势、扩展应用的潜力、竞争对手难以模仿的三个特征。进入 21 世纪，信息经济、知识经济和技术的飞速发展，企业间的竞争已转向知识和技能的竞争。而知识与技能的整合，体现在企业的人力资源特别是核心员工中。因此从根本上讲，企业的核心竞争力为核心员工所掌握，并由核心员工加以创新与发展。企业的竞争更将发展为知识与技能的“承载者”——核心员工的竞争。



在激烈的竞争中，企业在生产系统、财务管理、质量控制和营销、服务等方面的能力或创新，比较容易地被竞争对手所模仿甚至超越，但企业的人力资源，以及人力资源的开发与管理方面的创新是很难被模仿的。所以，企业仅仅关注资金、成本、质量是不够的，企业更应关心企业核心能力的基础——人力资源能力，注重培养并加强人力资源开发、利用与管理特别是核心员工的管理，实现企业人力资本的不断增值升值，不断建立在发掘自己的人力资源优势上，与竞争对手拉开差距，保持持续、快速的成长，才能保持与竞争对手的持久的竞争优势。

正是由于核心员工掌握着企业的核心竞争力，所以其一旦离去损失将难以挽回，由于核心员工带着客户、技术资源投向竞争对手而使原企业破产的例子层出不穷。即使是大企业，消极的影响也很难一时清除。

同时，组织中普通员工的发展方向和目标就是成为核心员工，所以今天企业对核心员工的管理就为普通员工树立了标准、展示了前景，企业对核心员工的管理不善、激励措施无效果，不但会挫伤核心员工的积极性，造成其流失，同时也会对普通员工产生消极的影响；反之，有力的激励机制、合理的晋升制度在满足核心员工的基础上，更能够激发普通员工的积极性，促使他们努力提高自己，争取早日成为核心员工，这样就营造出积极向上的企业文化氛围。

“员工是我们最重要的资产，即使我们所有的资产被大火毁于一旦，但只要我们的员工还在，我们就可以迅速重建我们的公司。”对自己的企业文化、人力资源管理和知识管理充满自信的公司领导总是乐意这样说。但他们也始终不能回避这样一个难题：当你的人力资源在同行业或相关行业中享有盛名时，你公司的人才也就极有可能成为其他公司觊觎的对象。由于核心员工掌握着企业的核心竞争力，并能够以 20% 的员工数量创造出企业 80% 的利润，所以一直就是其他企业采取各种措施力求挖到的人才。在一家国际咨询公司对全球 200 家成长最快的公司进行跟踪调查中有这样一个题目：让雇主和总裁们夜不成眠的事是什么？调查结果显示，“如何留住主要雇员？”紧随“如何吸引高素质的人才？”



之后排在第二位，这就充分说明了这个问题。在吸引其他企业中拥有核心竞争能力的核心员工时，每个企业都努力在薪酬、福利等方面压倒对手，这更对企业加强对核心员工的管理、提高核心员工的忠诚度提出了严峻的挑战。

3

努力成为公司的核心员工

20 世纪初期，由意大利学者维弗烈度·柏端图创立的并为当今管理学界所熟知的“80/20”原理在企业管理上的应用范围极为广泛，如 80% 的销售额是源自 20% 的顾客；80% 的利润是由 20% 的人创造的等等。从某种意义上来说，创造这 80% 利润的人就是企业的核心员工。如企业的中高级管理人才、专业技术人员、优秀营销人员……他们的共同特点是大都经过较长时间的教育和培训，具有较高的专业知识和技能；或有丰富的从业经验及杰出的经营管理才能，他们的人数很少，但是特别重要，一旦离职，将对企业的生产经营造成相当大的负面影响，甚至危及到企业的生存，而且空缺的工作岗位也很难马上找到合适的人选替代，即使找到了，也要支付高额的聘用费用和培训费用。因此，核心员工的薪资水平往往占掉公司整个薪资支出的大部分。对于公司的生存与发展而言，重要的是不仅留住他们的人，更要留住他们的心，进而充分挖掘其潜力。

故而，努力成为公司中的“核心员工”对年轻人来说至关重要。高



点来说，它可以实现我们的个人价值，达到马斯洛层次需求理论的最高层。低点来说，它也可以提升我们在公司中的地位，为我们带来丰厚的收入，也为我们的事业生涯添上满意的一笔。