

成功的形象赋予你成功的人生



成功
的
形 象

经 商
的
技 巧

(美) 罗伯特·李·夏克 著
孔茂 陈锋 郝斌 译

陈锋 校

中国卓越出版公司



成功的形象

—— 经商的技巧 ——

〔美〕 罗伯特·李·夏克著

孔茂 陈锋 邵武译

陈锋 校

中国卓越出版



成功的形象

作者：(美) 罗伯特·李·夏克

译者：孔茂、陈锋、郝斌；校译：陈锋

责任编辑：禾菱

装帧设计：陈建华

出版发行：中国卓越出版公司

印刷：天水新华印刷厂

经销：希望书店

开本：787×1092 1/32mm²

印张：6.25 插页：2

字数：130千字

版次：89年3月 第1版第1次

ISBN7-80071-006-8/F·7

定价：2.60元

(希望书店经销图书印刷、装订错误可随时退换)

前 言

每一个人、每一件事迟早都会具有某一种形象。无论对一个人、一家公司或一间规模较小的商业机构来说，他人的评价与看法都有重要的意义。《成功的形象》是一本“为什么”和“怎么样”去着手塑造一个适宜于你的形象方面的指南。

关于“形象的建立”有两种思想体系。如果你选择第一种体系，你就可能只是忙于业务，而无暇顾及自己的形象。假如你对“成功的形象”所具有的价值有所认识，当你在追求自己的主要目标的过程中，当你在为建立一个你所需要的形象而孜孜不倦地工作时，你就会毅然决定采纳第二种思想体系。当然，成功的形象并非理所当然地由机遇所决定。要想建立一个尽可能完美的形象，以期在你的求索中获得最大的收效，不付出艰苦的努力，那是难以想象的。

如果你信赖第二种思想体系所包含的哲理，《成功的形象》也许正是你很久以来一直在苦苦寻求、盼望的书。但是，首先让我告诫你，《成功的形象》不是一本涉及广告艺术或公共关系方面的书。因为在这两个领域中，有着成千上万的专家，我也就不敢在此“班门弄斧”了。可是，我作为一名作家、商人和具有美国观念及生活方式的职业观察家，有责任帮助人们建立一个成功的形象，并使他们更加有效、

更加迅速地达到所追求的目标。

也许你认为，过分看重别人的评价是虚伪的，而将形象的塑造置于一个中心位置，则更显得虚伪。但我认为，这并不含任何虚假的成分，而是人类有史以来就已经有了的概念：外界对他的评价如何？为了建立一个优秀的文明，我们都必须具有这个观念。因为对于职业男性、职业女性、商人、小贩；公司、政党、城市、国家、宗教团体以及不同的种族在内的任何人和任何社会、团体，都各自具备着特定的形象。《成功的形象》有助于你塑造一个有益无害的形象，这个形象有助于你大踏步地、而不是步履蹒跚地向着你的目标奋进！

全书在正直、诚实的基调上，强调了塑造一个成功的形象所需的要求。因为任何一个虚假的形象迟早都会露馅，到那时你将为在虚假的基础上所建立的形象而懊悔。《成功的形象》所强调的是：如何在一个正直、诚实的基础上，建立起一个成功的形象！《成功的形象》也不包含颠倒黑白的诡辩内容——那样的东西不仅站不住脚，而且也会妨碍成功的形象的最终建立。

这里，有三个完全无关的事例表明：形象对于成功有何等重大的影响。这三个事例是带有过滤嘴的香烟、台球游戏和上帝。

若干年前，吸带有过滤嘴香烟的人曾被认为是缺乏男子气的。而“万宝路”香烟的制造商，为了推销他们的过滤嘴香烟而掀起一场扣人心弦的广告战，改变了全世界吸烟者们的

陈旧观念。在电视和杂志的商业广告中，出现了一位充满了阳刚之气的驯马牛仔，吸着带有过滤嘴的“万宝路”，与他的小马一起在西部的草原上小憩。很快，美国和世界各地的烟客们开始接受了这种带过滤嘴的香烟的新形象，每一个角落的男性烟客们也开始点燃了过滤嘴香烟。这是为什么呢？仅仅是由于形象发生的变化。虽然这不是一本有关广告的书，但留心广告商们如何利用形象来产生影响，也是相当重要的。

对于大多数人而言，一个玩台球游戏者的形象，是与玩球的地点和球伴密切相关的。通常在路旁台球棚里“打台球”的人，被认为是沉湎于其中以致于不顾家庭和前途的浪荡家伙。相反，在高雅的娱乐厅里玩台球的人，则被认为是一位“绅士”。虽然两者都参加同一种活动，然而前者被人鄙视，而后者却受人尊敬。由此可见形象的差异所产生的影响是何等的不同。

我们从不同的传统、途径和历史事件中知道了“上帝”这个词的含义，他是所有形象中最完美、最高大的。但大多数人都承认从未看到过上帝、听到过上帝的声音并感知到他确实存在，但也几乎无人否认过他的存在。而他却通过各种途径影响着人们的日常生活。虽然我不打算对上帝的存在加以考证，但把他的存在作为一种形象来加以认识，也是很有必要的。

由此，你能够发现，我们对过滤嘴香烟、台球游戏和上帝的看法，是通过它们各自所表现出来的形象所决定的。《成功的形象》所希望的正是，帮助你充分认识别人的评价所产生的影响。

为了说明形象是怎样在我们日常生活中起作用的,《成功的形象》将主要以个人事业作为探讨的对象。当然,形象对于大小公司、企业以及商贩的重要性也属于本书内容范围之内。虽然,在处理对待各个城市、各个州、各种宗教、各个种族乃至整个国家时,有着诸多种类的形象,它们的影响范围可以从对个人产生微弱的作用,直至改变整个文明历史的进程。本书将在这些形象的基础上提炼出个人的,即与你有关且应该被你所关心的形象。

乍一看,某些树立成功的形象的建议似乎是一些可望而不可及的东西,但在你充分理解了这些概念的轮廓后,对于他们的重要价值有了充分的认识后,你肯定会不惜血本去追求它们的。更进一步说,大多数的观念都与我们的主题一样,与你们这些建立在有限财政预算基础上的观念,是完全吻合的。

最后,《成功的形象》会提请你注意,形象对于你产生的间接影响与其产生的直接影响同样重要。并且应意识到,有时很微弱的影响可能使你识破“庐山真面目”。如果你能在作出反应之前,冷静下来,并留意发生在你周围的事情,那么在当今这个复杂的社会里,你将受益非浅。我真诚地希望这本书不仅对你的工作有所帮助,而且也带给你崭新的、充满生机的生活方式。

成功的形象将伴随你获得成功!

罗伯特·李·夏克



“亲爱的，下班回家时别忘了买一本《成功的形象》”。

目 录

	前言.....	(1)
一	名称,意味着什么?	(1)
二	建立一个崭新的商业形象.....	(8)
三	外表和第一印象.....	(16)
四	你的形象和你的雇员.....	(26)
五	跻身于第一流的行列.....	(36)
六	稳健的原则.....	(44)
七	可以信赖的原则.....	(53)
八	成功孕育着成功.....	(61)
九	名牌产品的形象.....	(69)
十	咄咄逼人的形象.....	(79)

十一	成功的自我形象.....	(91)
十二	你的配偶——助手还是负担？.....	(99)
十三	性的作用.....	(105)
十四	幽默感.....	(111)
十五	什么样的形象才适合于我呢？.....	(117)
十六	失败的形象.....	(123)
十七	一种形象或一种假象.....	(129)
十八	塑造一个成功的形象.....	(137)
十九	改变一个形象.....	(151)
二十	塑造成功形象的其它途径.....	(167)
二十一	一个成功的形象.....	(179)

一 名称，意味着什么？

名称的涵义何在？我们称之为蔷薇的那种东西，若冠以其它名字（称），她仍然会发出同样的芬芳。

——威廉·莎士比亚

毫无疑问，对于一个人的形象来说，姓名可能确实会使它产生很大的差异。当我们初次听到一个人的姓名时，我们大家都肯定会产生一种直觉。产生这种直觉的原因大概是因为这个单词的发音，或者是由我们内心所完成的组合所致。但是，更确切地说，在我们的心目中，一个熠熠闪光的形象，往往直接地来自这个形象的名称本身。

为了说明这一点，我做了一个小小的试验：我分别询问了我的二十位朋友，他们是否愿意与一位镇上来的女秘书——哈丽特·芬克斯坦进行一次约会。其中十八个人答复我：他们对于男女双方在第三者安排下的初次约会不感兴趣。一个月后，我又询问了同一批人，是否有兴趣与镇上另一位女秘书——吉尔·康纳斯约会。单单受这个名字的影响，有十六个人表示出了对吉尔的兴趣，并想更多地了解她的情况。可怜的哈丽特，仅仅是由于她的名字所暗示出来的形

象，就足以使她不走运，失去初次约会的良机。

两个年轻人正在竞争皮特计算机公司推销员的职位。亨利·帕弗拉格和马克·盖博。两人年龄相同，都有着可以信赖的担保人，教育背景也相同，并都曾有工作经历。然而，当皮特公司的人事副总裁到了不得不两者挑一时，他就受到了自己心目中申请人“应有的形象”的影响。亨利因为身材矮小，并配上了一付厚厚的眼镜，而被拒之门外。相反，马克由于他高高的身材和标致的外表，可以为皮特公司的顾主们留下良好的印象，而被公司录用。后来进入了设在亚特兰大的办公室。很明显，他们的姓名并未反映出他们本身真正的容貌，而是许多别的东西塑造出了他们的形象。

历史上付出最高代价的名称变更

在美国，有些最大的公司已经注意到，它们的名称可能并且确实影响到了它们的形象。由于它们向公众所展现的形象将从根本上决定公司的利益，因此，这些公司关心它们所选择的名称是否能对公众产生良好的影响。出于这种考虑，虽然更名的程序本身的代价就极高，但许多公司仍改变了自己的称谓。

一九七二年六月廿一日，美孚石油公司（新泽西州）董事会决定采纳了一项建议：将公司的名称改为“埃克森公司”。同年十一月，公司接受了这个新的名称——“埃克森”。毫无疑问，这个历史上代价最高的更名，在今天已成为世界上使用频率最高的公司名称了。

为什么这家公司不怕麻烦和付出极高的代价，决定更名呢？部分原因是为了摆脱最高法院一九一一年以来对它

作出的裁决：美孚石油公司被解散为34个互不关联的组合体。其中有些座落在美国边远地区的企业坚持要求使用“美孚”这一名称作为其产品的商标。尽管多年来美孚石油公司的国内分支机构一直试图以“埃索”作为该公司的统一商标，但因反托拉斯法的限制，这一努力最终在法庭上落空。因为对公众来说，“埃索”就意味着“美孚”。结果，公司不得不以各种不同的商标来推销它们的石油产品。例如“英柯”、“亨堡”等，董事们意识到如不在全国范围内进行一次广告宣传，推出一个新的具有吸引力的商业名称的话，照旧长此下去对该组织极为不利。于是，这家公司开始寻求既能用在它的产品上，又能使它所提供的服务得到认可的名称。“埃克森”，是在公司成立九十周年时发明的。它在公众当中树起了一个全新的形象，并消除了顾客们心中的许多疑虑，还答应他们在货物供应和服务上，享受一定的优惠待遇。这大大增强了公司招募雇员、与政府联络、政策的实施和公共关系等诸方面的能力。

为寻找这个新的名称，公司历尽了艰辛，进行了大量的探索、试验和检查。有近万个名称从计算机里输出，从中列出了234个考虑对象，继而又缩小为16个，最后选出8个。在最后这8个名称中，为了确保它们都没有任何不吉利的涵义，语言学家使用了一百多种语言进行分析研究，先后有七千多人参加了这项艰苦的工作，其中四千人来自全美40个不同的城市，另外，还检查了一万五千多本电话簿。三年后，“埃克森”这个名称被选择出来。不仅是因为这个名称容易记忆，也由于它与众不同的设计（两个“X”连用）。而且，在世界许多语言中“埃克森”都很容易发音，这个词既无庸

俗的意思，亦无招致反感的含义。

为了找到这个新名称，花费了一亿美元。

刚开始试用时，公司在全美二万五千多个服务站上的“英柯”和“亨堡”标志全都被红、白、蓝三色的“埃克森”长方形标志所替代。接着，至少有五十种别的标志，大至高速公路上醒目的路标牌，小至油泵上的标志都被更换。另外三亿个销售点和服务站不得不重新命名。信用卡也必须调换。还有成千上万的别的东西也必须重新印刷或重新涂漆，这些东西包括卡车上的符号、二万二千个油井上的徽章、一万八千座建筑物、贮藏容器、油罐及其它设备的名称。新的变化的确切消息，也必须向董事们通报。（将近二亿二千四百万的利润被七十八万多家公司们的董事们掌握。）

毋庸置疑，这是历史上代价最高昂的名称变更。但“埃克森”的经营首脑们认识到公司形象的重要性，并宁肯不惜血本地更名。1975年，“埃克森”的销售额为448亿6482万零4千美元；拥有资产328亿3939万零8千美元；纯利润为25亿301万3千美元，各项均居全美之首。毫无疑问，美国的商业是我们文明环节中最富竞争性的一环，我们肯定应对位居第一的公司有所了解。了解它花费1亿美元更名时，它正在干着什么。换句话说，它是最为精辟地了解了树立形象的重要意义的。

其它重要的名称变更

“城市服务公司”花费2千万美元的代价，把它的广告标志简化为“CITGO”。虽然与“埃克森”相比，它的花费要少得多，但这也是在为同样的目的投资。这两家公司共

同关心的都是它们展现在公众面前的是何种形象。

诸如此类的事情对美国的大财团来说，不是什么新鲜玩艺儿。在1961年，“奥林—马瑟逊”化学公司仅在为使“奥林”出名的广告战中，就耗去500万美元。由于产品的多样化，这家公司不再想以一家化学公司的面目出现在社会上。同时，又由于转让和兼并，出现了50多个使人疑惑的名称。基于这种原因和情况，这家公司更改了名称。1969年，“奥林—马瑟逊”化学公司的合法名称就变成了“奥林”公司。

1973年，庞大的航空消费公司——北美洛克威尔公司改名为洛克威尔国际公司。几年过去了，“洛克威尔”这个名字已经成为高技术系列产品制造业的代名词了。它的产品包括太空运输器械、导弹、飞机、电子计算设备、纺织机械、印刷和传真设备、能源生产设备、商业机械、家庭用具、自动唱盘以及该公司创建之初，由前总裁威拉德·洛克威尔发展起来的水表、煤气表和汽车里程表等。

在专家们提出许多新的公司名称后，洛克威尔和他的高级智囊团决定，唯一真正合适的名称仍是洛克威尔，因为洛克威尔是公司“创建者”的名字。可是，既然已认识到公司的新名称反映出它的多元化特性，“北美”这个单词就必须舍弃。代之而就的乃是“国际洛克威尔”这个响亮的名称。

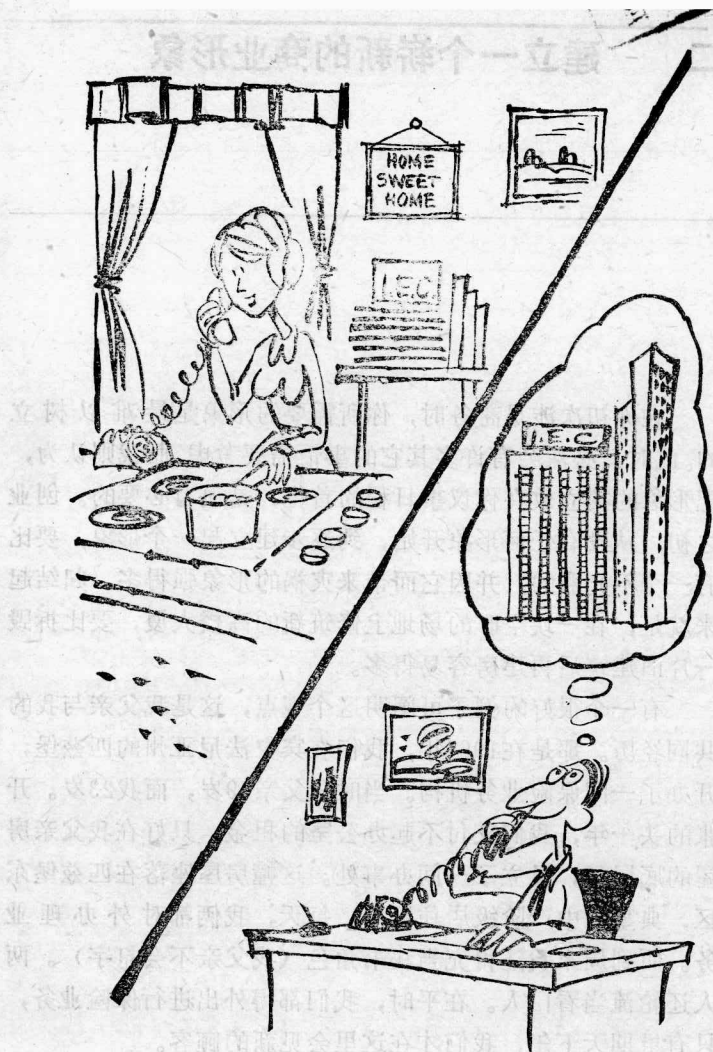
仅在1974年，就有31家公司在纽约股票交易所里更换了名称。其中有哥伦比亚广播网(CBS Inc.)，第一国家城市公司(Citicorp)，飞虎国际公司(TiGer International, Inc.)和国家现金注册公司(NCR Corporation)。在萧条的1975年，又有19家公司在纽约股票交易所宣布易名。

总部设在亚特兰大的全美最大的咨询公司——“销售信誉”公司，因为感到老名称已不能准确地反映出它的特色，于1975年更名为“伊魁费 克斯”。“销售信誉”这一名称限制了该公司的业务范围及活跃的洞察力。

结语

庞大的跨国公司为了更好地适应其业务形象而易名。我们从中也能学到极好的经验。很明显，规模越大，结构越复杂的公司，在更名时所遇到的困难也就越多。“琼”的自动售货宝宝商号只须投入很少量的资金，使其名称更换为“大亚美利加宝宝商号”。这个经验说明公司或产品的名称会产生巨大的作用，对你的事业的成功与否影响很大，这不仅对商业而言，任何有名称的事物都会受此影响的。所有的人都受新书书名或新电影名称的影响。在我与我父亲合著了我的第一本书后，为了选择一个书名，我花费了许多时间，最后确定为《树立销售信心》，而现在发行时的书名《怎样成为一个地道的职业推销员》，则是由我的出版商选定的。

我绝对尊重我的出版商的意见。在他们听到罗勃·夏克这个姓名之前，已在上百个书名所取得的成功中，享受到了极大的欢乐！而这仅仅是我的第一本书而已。



“早晨好！是国际捷运公司吗？”