

具有号召力的管理者是下属的知心人，正因为如此，他们是下属离不开的当家人，是下属忠诚追随的人。

如何拥有

号召力

有效赢得人心的学问



成功的管理者，不能没有号召力！号召力属于非权力管理艺术的范畴。领导的才能，就是一呼百应的号召力。它来自于你非凡的魅力。换言之，号召力即由自信、热诚、坚强等领导特质而构成。它引导你的下属及整个团队走向成功。

海潮出版社

具有号召力的管理者是下属的知心人，正因为如此，他们是下属离不开的当家人，是下属忠诚追随的人。

如何拥有

号召力

有效赢得人心的学问

王朝辉 / 编著



成功的管理者，不能没有号召力！号召力属于非权力管理艺术的范畴。领导的才能，就是一呼百应的号召力。它来自于你非凡的魅力。换言之，号召力即由自信、热诚、坚强等领导特质而构成。它引导你的下属及整个团队走向成功。

海潮出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何拥有号召力/王朝辉编著. —北京:海潮出版社,2004
ISBN 7-80151-836-5

I.如… II.王… III.领导学 IV.C933

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 020512 号

如何拥有号召力

——有效赢得人心的学问

王朝辉 编著

海潮出版社出版发行 电话:(010)66969738

(北京市西三环中路 19 号 邮政编码 100841)

北京秋豪印刷有限责任公司印刷

开本:640×960 毫米 1/16 印张:16 字数:250 千字

2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷

印数:6000 册

ISBN 7-80151-836-5/C·136

定价:25.00 元

如何拥有 号召力

有号召力的管理者
以宽广的胸怀容纳人，
以敏锐的眼光引导人，
以科学的领导艺术统率
你的团队，以高尚的人
格魅力影响人。他们是
下属的知心人，是下属
离不开的当家人，是下
属忠诚追随的人。

成功的管理者，
不能没有号召力！

责任编辑：陈开仁

封面设计：木又村

试读结束：需要全本请在线购买：www.ertongbook.com

前 言

现在的社会分工越来越专业,越来越细分化,而社会各方面的观念理论、技术水平都在以日新月异的速度进行更新,各行各业的精英人物层出不穷,号召力的重要性日益凸现。

一个管理者,要想形成具有强大号召力的管理核心,仅仅依靠权力是远远不够的。它应该建立在由管理者宽广的胸怀、敏锐的眼光、科学的管理艺术、高尚的人格等方面构成的魅力之上。

拥有足够号召力的管理者具有四个明显的特征。

1.以宽广的胸怀容纳人。一是广开思路,勇于、善于倾听不同意见和反面意见。二是笑迎挑战,坦然应对各种复杂局面,勇于承担各种责任。三是海纳百川,妥善处理各种人际关系,甚至去容忍别人一些无伤大雅的小缺陷。

2.以敏锐的眼光引导人。一是求知若渴,知识常新。二是勇破樊篱,思维常新。三是以火一样的工作热情,保持业绩常新。

3.以科学的领导艺术统率人。一是知人善任,发挥每个人的作用。二是适当授权,调动每个人的积极性。三是善于激励,增强集体的凝聚力。

4.以高尚的人格魅力影响人。一是与下属真诚互动,拒绝小聪明、玩手腕。二是永不满足,不甘平庸,拒绝平庸。三是

前 言

严格自律,把下属记在心上,把良知挂在心间。

号召力,是每一个管理者要取得工作成绩必备的技能 and 素质,也是每一个矢志成功的人士必须具备的能力和素质。《如何拥有号召力》通过大量生动的事例,逐章论述了号召力的本质、号召力必须具备的素质、号召力必须具备的品质,娓娓道出了一门如何让别人追随你的学问。

通过本书你将发现:权力是有限的,而号召力是无穷的。比陆地大的是海洋,比海洋大的是天空,比天空大的是管理者的号召力。

目 录

第一章 号召力的本质

引起别人的兴趣.....	3
温柔的力量.....	5
让别人说“是”.....	12
怎样使人很快喜欢你?.....	16
罪犯与总统.....	24
让别人心甘情愿.....	32
你想要什么.....	39
另一种心理学.....	43
不要只想自己.....	45
聪明地解决冲突.....	52
保持微笑.....	54
克服缺点.....	59

第二章 拥有号召力的两个要素

第一节 语言

强化你的话.....	64
------------	----

目 录

多赞美下属.....	65
让下属觉得自己重要.....	69
激励员工的热情.....	69
用发问代替命令.....	79
沟通与说服.....	79
争辩中没有胜利者.....	86
小心说话时的毛病.....	91
你说话让人讨厌吗?.....	93
你真的不知道该说什么?.....	96
交谈的技巧.....	98
当谈话结束的时候.....	101
说话也需要水平.....	103
提升你的魅力.....	105
有些话是禁忌.....	107

第二节 关心

关心下属的另一面.....	109
有效地指挥.....	112
利用“鲑鱼效应”.....	113
员工也需要被尊重.....	114
满足员工的心理需要.....	117
为下属着想.....	118
团结同事.....	119
要容忍下属犯错误.....	120
让自己的话更有说服力.....	121
如果你有一个固执的员工.....	122

如何让员工支持你的改革·····	126
让属下自愿与你合作·····	129

第三章 拥有号召力的三种品质

第一节 勇气

闲言碎语·····	135
言谈中的自信·····	136
实力获得权威·····	139
优秀的个人品质·····	141
因我而精彩·····	144
跌倒只是开始·····	146
建立自信·····	148
冠军的战斗·····	150
因为热爱而坚持·····	153
自己拍拍自己的肩膀·····	155
跌倒就要起来·····	157
克服一切困难·····	158
远离失败·····	162
永远不要伤害自己·····	165

第二节 积极

希望的花朵需要热诚来催开·····	169
乐观是阳光·····	171
笑看风云·····	173

目 录

重头再来.....	175
打败你的只有你自己.....	176
高智商比不上坚持.....	178
幸运女神不会主动来敲门.....	180
永远也不绝望.....	183
并不可怕的失败.....	184
描绘内心美好图景.....	187
用乐观驾驭悲观.....	189
一念之差.....	191
容易懊丧的人.....	192

第三节 责任心

声 誉.....	194
距 离.....	196
拒 绝.....	198
禁 区.....	200
不要恐吓下属.....	201
表 率.....	202
领导素质.....	205
领导风范.....	208
保持自我形象.....	211
有错就承认.....	214
不要被自己打败.....	219
成功的推动力.....	220
创造机会.....	222
塑造“全新的自己”.....	224

目 录

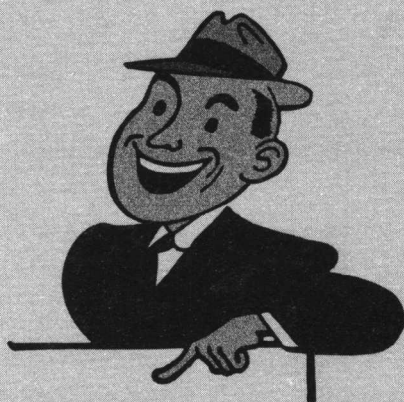
有所为 有所不为.....	226
积极的尝试.....	228
小心人事调动症.....	229
错误不会持续很久.....	232
真正的力量.....	234
要在勤奋中创造奇迹.....	237
机不可失.....	240

如何拥有号召力
Appeal

有效赢得人心的学问

第一章

号召力的本质





◎引起别人的兴趣

号召力究竟意味着什么？

我想，拥有号召力最基本的条件就是能够让别人对你说的话或者你这个人感到非常有意思，而且可以从你那里受益。

每一个去过牡蛎湾，拜访过罗斯福的人，对他渊博的学识都会感到惊奇。勃莱福特曾经这样说过：“无论是牧童还是骑士，政客还是外交家，罗斯福都知道应该跟他说些什么。”罗斯福为什么能够做到这一点呢？答案很简单，在会见来访的客人前，罗斯福已准备好了那位客人所喜爱的话题，以及对方特别感兴趣的事。

罗斯福同其他具有领袖才干的人一样，他明白这个奥秘。深入了解人们心灵的最佳途径，就是对那个人讲他知道得最多的事情。

前任耶鲁大学文学院教授费尔普斯，早年就知道这个道理，他曾这样说：

“在我8岁时，我去姑妈家里渡假。那天晚上有个中年人也去我姑妈家，他跟姑妈寒暄过后，注意到了我。那时我对帆船有极大的兴趣，而那位客人谈到这个话题时，似乎也很感到兴趣，我们谈得非常投机。他走后，我对姑妈说，这人真好，他对帆船也很感兴趣。姑妈告诉我，那位客人是一名律师，照理说他对帆船不会有兴趣。我问：‘可是他又怎么一直说帆船的事呢？’

“姑妈对我说：‘他是一位有修养的绅士，他到处都会受到欢迎，所以才找你感兴趣的话题，陪你谈论帆船。’”

费尔普斯教授又说：“我永远不会忘记姑妈讲的这些话。”

我还曾经看到过一封信，那是热心儿童工作的基尔夫先生写的。

基尔夫在信上这样写道：“有一天，我需要找个人帮忙，原因是欧洲将举行一次儿童大露营，我要请美国一家大公司资助一

名儿童的旅费。

“在我会见那位大老板之前，听说他曾签出过一张百万元的支票，随后又把那张支票作废了，后来他把那张支票装入镜框，作为纪念。

“所以我走进他办公室的第一件事，就是请求让我观赏那张支票。我告诉他，我从没有听说，有人开过百万元的支票，我要跟那些儿童们讲，我的确见到过一张百万元的支票了。他很高兴取出来给我看，我深表羡慕和赞美，同时请他告诉我，开出这张支票的经过。”

你注意到没有？基尔夫先生开始并没有立即谈儿童的事和他的来意，而只是谈对方最感兴趣的事。结果如何呢？基尔夫信上这样说：

“那位老板随后问我：‘哦，你找我有何事吗？’于是我就告诉他我的来意。

“真出乎我的意料，他不但立即答应我的要求，而且比我原来要求的还要多。我只希望他赞助一名儿童去欧洲，可是他愿意资助5名儿童去欧洲，而且连我自己也受邀在内。他签了一张数千元的外汇支票，让我们在欧洲住7个星期。他又替我写了几封介绍信：吩咐欧洲各地分公司的经理妥善照顾我们。

“随后，他自己也去了欧洲，在巴黎亲自接待我们，带领我们游览全市……最后，他还替几个家境贫寒的孩子解决生活困难。这位大老板，现在仍在尽其所能，资助和帮忙这个儿童团体。

“当然，这是我所知道的，如果事前没有找出他兴趣所在，使他高兴起来，不可能这样顺利地跟他接近。”

在商场上，这也是一种有价值的方法吗？我举一个例子：

纽约有一家面包公司经理杜凡诺先生，希望把自己公司的面包卖给一家大旅馆。四年来，他一直打这个主意，几乎每星期都去找那家旅馆的经理。杜凡诺如果知道那位经理去哪个交际场所，为寻找与他接触见面的机会，他也会跟着去那个交际场所。他甚至在那家旅馆租下一间房间，只为赢得生意，可是他失败了。

杜凡诺先生说：“后来，我研究了人与人之间的关系后，才知道应该改变策略，想办法找出他最感兴趣的事。哪一方面会引起他的注意呢？”

“我发现他是美国旅馆业公会的会员，他不但是会员，由于热心推动这个团体的业务，所以后来被推举为这团体的主席。同时，他还兼任了国际旅馆业联合会的会长，不论开会地点在哪里，他都搭乘飞机，飞越高山，横渡沙漠、大海，去那里开会。

“所以我在第二天见他的时候，就问他关于这个团体的详细情形，果然得到了一个极好的反应——他跟我讲了半小时关于那个协会的情形。他介绍的时候，是那么兴高采烈，我已明显看出，那个团体是他的兴趣所在，也是他生活的一部分。在我跟他分手前，他邀我加入他们的团体。

“那时我并没提到面包的事，几天后，他旅馆里的管事，打了一个电话，要我把面包的价目和样品送过去。

“我走进那家旅馆，里面的管事招呼说：‘我不知道你在那老头儿身上下了什么功夫，可是，真的，你搔到他的痒处了。’

“我回答说：‘你该替我想一想——我在他身上花了四年时间，想要做他的生意。如果不煞费脑筋找出他兴趣所在，他所喜欢的是什么，还不知道要费多少时间呢！’”

想要和别人建立起一种牢固的关系需要你找到他感兴趣的是什么，并且投其所好。如果你不能引起别人的兴趣，就不能做成什么事，更不要说什么号召力了。

◎温柔的力量

号召力要求的是一种智慧和气度，绝不是颐指气使的嚣张，更不是雷霆大发的跋扈。

如果你在盛怒之下，对别人发了一顿脾气，对你来讲，固然宣泄了心头的愤怒，可是别人又会如何呢？他能分享你的轻松和