

一本让你少奋斗20年
影响上亿人的EMBA社交智慧书

EMBA 商学院的社交课

一本科学而权威的人际学范本，教你打造个人的社交“智囊团”。
一本最核心的商学院教材，带你发掘社交场合中的商机，创造财富帝国。

最经典、最实用、最全面的社交学
全世界只有3%的人知道并重视的学问

岳丰竹◎编著

有一种投资，
跟金钱没有太大的关系，却是你人生中最有价值的投资，
它产生的效果将是你所有投资效果的总和，它就是社交。
成功人士一致认为，
要在事业上有所发展，最强有力的战略之一是“社交”。

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

EMBA

商学院的社交课

岳丰竹◎编著

册数: 1册	册数: 1册	册数: 1册	册数: 1册
开本: 700mm×1000mm	开本: 700mm×1000mm	开本: 700mm×1000mm	开本: 700mm×1000mm
ISBN: 978-7-113-12518-1	ISBN: 978-7-113-12518-1	ISBN: 978-7-113-12518-1	ISBN: 978-7-113-12518-1
定价: 32.00元	定价: 32.00元	定价: 32.00元	定价: 32.00元

图书在版编目(CIP)数据

EMBA 商学院的社交课 / 岳丰竹编著. — 北京: 中国铁道出版社, 2011. 12. (ISBN 978-7-113-12518-1)

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

EMBA 商学院的社交课/岳丰竹编著. —北京:中国铁道出版社, 2014. 1

ISBN 978-7-113-16962-6

I. ①E… II. ①岳… III. ①心理交往—通俗读物
IV. ①C912. 1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 217303 号

书 名:EMBA 商学院的社交课
作 者:岳丰竹 编著

责任编辑:张艳霞 电话:010-51873179 电子信箱:zyxbooks@126.com
编辑助理:胡娟娟
封面设计:王 岩
责任校对:龚长江
责任印制:赵星辰

出版发行:中国铁道出版社(100054,北京市西城区右安门西街8号)

网 址:<http://www.tdpress.com>

印 刷:三河市华丰印刷厂

版 次:2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

开 本:700 mm×1 000 mm 1/16 印张:13.25 字数:198 千

书 号:ISBN 978-7-113-16962-6

定 价:35.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社读者服务部调换。

前言

在美国商学院中有一句话：“一个人能否成功，不在于你知道什么，而是在于你认识谁。”几乎没有一位成功者把他们的成就归功于其天生的才华，在他们看来，学历是铜牌、能力是银牌、理想是金牌，社交才是王牌。

商学院何以能培养出如此众多、如此优秀的政界领袖、商业巨子呢？这在很大程度上是因为重视社交。社交是一个人通往财富、荣誉、成功之路的门票，只有拥有了这张门票，你的才能才会有发挥作用的可能。

社交圈是一种无形资产，是一种潜在的财富。从表面上看，它不是直接的财富，可没有它，就很难聚敛财富。在当今社会，如果想要成功，就必须营造一个成功的人际关系网络，为自己积累丰富的人际资源。简单地说：你的人际关系资源越丰富，你所拥有的能量就越大。拥有了有效而丰富的人际关系，也就获得了通往财富和成功之门的钥匙。

在当今时代，成功的字眼无时无刻不在敲击着人们敏感的神经。成功，是每个人都孜孜追求的目标。总结一些成功人士、成功企业的思想与智慧，学习他们的经验，会使你多一份自信，多一份成功的机会，多一份享受生活的能力。

懂得创建有效、丰富的人际关系，你就拥有了制胜的法宝。无论在工作上，还是在生活中，对别人多一分理解，多一分关心，多一分相助，当你求人办事时，谁还会拒你于千里之外呢？感情就是这样一种奇特的东西，只要你平时注意经营自己的人际网络，多在感情方面投资，就必然会不断增加感情账户上的储蓄。如果你想获得成功，就应当尽早建立自己的人际关系网。只有当你的人际关系涵盖各个阶层的人时，才会在鼓励声中不断前行，获得他人的帮助，为你铺石开路，助你一臂之力，这时人际关系就彰显

出伟大的力量来了。

不论经济形势和个人事业的好与坏,人际关系这项投资才是我们获利最高的选择!我们要有意识、积极地建设和维系自己的人际关系网络,方能在需要的时候使之成为一种机会和财富。

在这个世上,没有一个人能够不与别人合作就能获取成功,无论是比尔·盖茨、马云,还是史玉柱、俞敏洪,从不敢说是靠单打独斗赢来的天下,这是放之四海而皆准的真理,独木难支、孤掌难鸣的处境只能注定失败。本书总结出九堂最精华的课,结合人际交往的现实状况和客观需求,阐述了有关理念、礼仪、媒体、谈判等方面的社交常识和技巧,揭示了人际交往中的误区和禁忌,引导你建立自己的人际关系网络,利用人际关系的力量敲开成功的大门,实现人生的梦想。

本书以一种战略眼光帮助你拓展自己的人际关系,为你打造一张人际关系的网,为你的成功之路奠定坚实的基础。相信此书能帮助你构建良好的人际关系,广结人缘,拥有一个丰富、有效的人际关系。

871_ 世界主要港口内河

872_ 通航工程集刊

873_ 高次三航院技术委员会内部资料

881_ 国内重要港口装卸作业量统计报表

882_ 港口装卸设备统计报表, 周报表, 月报表, 季报表

883_ 港口装卸设备统计报表, 周报表, 月报表

884_ 港口装卸设备统计报表, 周报表, 月报表

885_ 港口装卸设备统计报表, 周报表, 月报表

886_ 港口装卸设备统计报表, 周报表, 月报表

887_ 港口装卸设备统计报表, 周报表, 月报表

888_ 中国航海学会/CHINA 航海学会: 泉州

889_ 航海学会/CHINA 航海学会

890_ 航海学会/CHINA 航海学会

891_ 航海学会/CHINA 航海学会

892_ 航海学会/CHINA 航海学会

893_ 航海学会/CHINA 航海学会

894_ 航海学会/CHINA 航海学会

895_ 航海学会/CHINA 航海学会

在工商公司界,开展社交活动,已成为一条重要的促销途径,并取得不少成功经验。大多数大公司现在都已认识到社交的价值。所有全球性的大型公司,凡重视社交的,都会以每年20%~25%的速度在发展。由此可见,社交在成功的道路上显得尤为重要。

目 录

CONTENTS

第一课 社交理念课

向富于社交魅力的人学习_3

打造领先的社交意识,让社交为成功领航_4

社交“素质”,个人魅力的来源_5

社交意识的培养,是商学院的“必修课”_7

自我推销,让“贵人”一眼就看到你_9

强化社交磁场,让别人主动结交你_11

社交魅力的自我修养_13

管理者必知的高效沟通技巧_15

商学院的“社交识人课”_18

别让形象成为社交中的绊脚石_20

测试一:你的社交能力有几颗星?_22

第二课 社交关系课

成功的第一要素是搞好人际关系_27

社交关系的积累比知识的积累更重要_28

攀龙附凤并不是贬义词_30

越早结交优秀的人,就越早成功_32

运用“250法则”,让自己的社交网络高速拓展_35

你能与谁同行,决定你能走多远_36

自己走百步,不如“贵人”扶你走一步_38
成功,15%来自知识,85%来自社交_41
“你与哪种人社交”决定“你将会成为哪种层次的人”_42
社交关系构造财富“帝国”_44
应纳入囊中的社交原则_47
测试二:你在社交中的人际关系如何?_49

第三课 社交礼仪课

别让不懂礼仪害了你_53

良好的社交礼仪拉近与陌生人的距离_54
首因效应——初次见面礼仪_56
好习惯成就好未来——社交惯例_59
细节提升竞争力——举止礼仪_62
准备符合客户实际需求的礼品——馈赠礼仪_64
商务宴——注重礼仪的另类成交方式_67
良好的礼仪为谈判助力——商务谈判礼仪_68
测试三:你在社交中有好人缘吗?_71

第四课 社交口才课

卓越的口才是社交成功的资本_75

口才才能决定一个人的成败_76
拓展社交网络需要良好的谈吐_78
交谈中易犯的七个毛病_80
如何一开口就能“声”入人心_82

用“我们”拉近彼此间的距离_84
巧用赞美,润滑社交关系_86
到什么山唱什么歌:说话要因人而异_88
敢于说“不”,善于说“不”_91
倾听也是一种语言:要会说,也要会听_93
有所谈有所不谈,不做惹人厌恶的发言者_94
测试四:你是否有讨人喜欢的说话技巧?_96

第五课 社交谈判课

让对方在谈判中无法说“不”_101

未雨绸缪,做好谈判前的准备_102
曲线进攻,赢得谈判“攻坚战”_104
在合作的基础上实现双赢_105
利益当前,才能抓住对方的合作兴趣_107
准备多种方案,提出最佳选择_109
商务谈判的8个要素_111
谈判也有禁区,不要触及“雷区”_113
测试五:你是否有沟通障碍?_115

第六课 媒体社交课

媒体社交是回报率最高的商务手段_119

结交媒体:媒体是公司发展必不可少的社交武器_120
充分利用媒体,树立公司形象_122
与媒体人结交的艺术_123

想要把握媒体就必须争取主动权_125
打造畅通的媒体通道_128
选好合适的时机发布新闻_130
如何制定网络营销战略_133
如何打出公司的广告_135
如何运用网络进行品牌推广_138
传统媒体和网络媒体的相互配合_140
测试六：你在社交中的协调能力如何？_142

第七课 政府社交课

借用强势资源创造价值_147

怎样成为“院外集团”，有效利用政府_148
协调政府关系，创造良好的外部环境_150
充分利用政府资源_152
企业政府社交的准则_153
政府社交的语言艺术_155
政府社交的技巧_158
环境导向的政府社交_160
市场导向的政府社交_162
保持企业与社区的社交关系协调_164
测试七：你是职场中的社交高手吗？_166

第八课 内部社交课

维持企业内部凝聚力_171

领导做到“一诺千金”，施行信誉管理_172

你的下属需要褒扬_173
开发员工潜能_175
针对不同内部公众做好沟通与交流_177
企业内部沟通交流是企业文化建设的重要内容_180
建设一个优秀的团队,营造一个和谐宽松的环境_182
任何时候都不要独占功劳_185
有效授权:知人委大任_188
怎样对待流言蜚语_190
下属情绪消极怎么办_192
测试八:你的管理能力怎么样?_194

附录:中国顶级 EMBA 商学院简介_197

香港科技大学商学院_198
香港中文大学商学院_199
清华大学经济管理学院_199
中欧国际工商学院_201
北京大学光华管理学院_201
长江商学院_202
复旦大学管理学院_203

本书为读者提供了一套实用的管理工具,帮助读者在管理实践中,能够灵活运用本书提供的管理工具,解决实际问题。本书共分八章,第一章为绪论,第二章为管理者的角色与职责,第三章为管理者的素质要求,第四章为管理者的决策能力,第五章为管理者的沟通能力,第六章为管理者的激励能力,第七章为管理者的协调能力,第八章为管理者的创新能力。本书可作为高等院校管理类专业及相关专业的教材,也可供从事管理工作的读者参考。

EMBA

商学院的社交课

岳丰竹◎编著

ISBN 7-113-01105-3	ISBN 7-113-01105-3	ISBN 7-113-01105-3	ISBN 7-113-01105-3
定价：35.00元	定价：35.00元	定价：35.00元	定价：35.00元

中国铁道出版社

（此处为模糊的出版信息，可能包含地址和电话）

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

EMBA 商学院的社交课/岳丰竹编著. —北京:中国铁道出版社, 2014. 1

ISBN 978-7-113-16962-6

I. ①E… II. ①岳… III. ①心理交往—通俗读物
IV. ①C912. 1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 217303 号

书 名:EMBA 商学院的社交课

作 者:岳丰竹 编著

责任编辑:张艳霞 电话:010-51873179 电子信箱:zyxbooks@126.com

编辑助理:胡娟娟

封面设计:王 岩

责任校对:龚长江

责任印制:赵星辰

出版发行:中国铁道出版社(100054,北京市西城区右安门西街8号)

网 址:<http://www.tdpress.com>

印 刷:三河市华丰印刷厂

版 次:2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

开 本:700 mm×1 000 mm 1/16 印张:13.25 字数:198 千

书 号:ISBN 978-7-113-16962-6

定 价:35.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社读者服务部调换。

打造领先的社交意识,让社交为成功领航

社交能力不仅是成功人士和企业负责人应该具备的能力,作为普通人或者职场人士也应该培养良好的社交意识。因为人不可能单独存在社会中,也不可能不借助任何外力取得成功。美国有一项针对成功人士进行的调查,结果证实:社交活动是成功人士的重要工作之一,占据着他们的大量时间。由此可见,社交是追求长远发展的表现,也是取得成功的重要保障。

社交对于每个身处职场的人来说都是极其重要的,试想假如公司中的每位员工都具备高超的社交技巧,都有良好的社交能力,都拥有庞大的社交网络,那么企业的稳固地位将无可撼动。现在的企业或者组织,都在向着以人为本的管理理念转型,对于个人的社交能力都尤为重视,美国就是很好的例子。

一个人社交能力的高低,不仅可以让自己得到广阔的发展前景,更能对组织或企业起到良好的带动作用。社交能力不仅是一种社会生存技能,更是走向成功不可缺少的重要支撑。

当今社会,世界经济正从产品的质量与价格竞争进入公司品牌与服务竞争的时代,经济文化一体化的特点越发明显,社交在经济社会生活各个方面的重要性也在日渐提高。社交是组织高层管理人员所承担的众多责任中的一项。他们有规划组织发展方向的责任,有确保组织人力、物力、财力资源,以使其在竞争环境中实现自身目标的责任,还有社交的责任,这种责任是确保组织所依赖的各种关系能得到很好的发展和维系。

实际上,社交工作对帮助企业实现目标、利用机遇和避免出问题有着十分重要的作用。衡量社交活动支出费用的价值,应看社交工作对实现组织重要目标有何贡献,或它在多大程度上帮助组织排除干扰以完成既定目标。当然,社交的最大贡献在于提高组织高层决策的质量,以及改进组织

与各类公众已有关系的质量。

社交活动和其他管理领域内的活动一样都需要评估,因为它能衡量人们在这方面所投入的费用和时间,到底产生了多大的效果,取得了哪些成绩。现代商业社会的复杂性,不断变化的国际环境,以及人们对国家经济增长和大公司作用的新期望,将使得社交活动在今后的组织管理中发挥越来越大的作用。

社交是对组织各种重要关系进行有意识地管理,它是现代管理的重要组成部分,也是组织生存和竞争的需要。良好的社交活动是市场营销活动的有益补充,因为它能帮助公司及其产品和服务与消费者建立重要的关系,运用于社交活动中的传播技巧,同样适用于市场营销中的传播活动。

社交“素质”,个人魅力的来源

根据心理学的分析,个人魅力的成因有两个方面。

类同性

当交往中的两个人越来越多地感受到了彼此的类同性,从而在对方身上看到了与自己越来越多的共同点,就会产生一种引为同类的深刻感受。这可以使一方在对待对方时如同对待自己一样,从而沟通的障碍消失了,无论谈论什么或做什么,双方都很少有不协调的感觉,那种“道不同,不相为谋”的内心紧张随即消失,交往与沟通将由此变得非常顺利。

人与人之间总是存在差异的,即存在着性格、气质、价值观念、文化和受教育水平等方面的差异。人与人之间产生冲突、排斥、分歧是自然的。如果在人际关系中存在着相互之间的排斥,那无非是人与人之间差异的反映。这就要求人们求同存异,开放沟通,扩大同一面,缩小分歧点,努力深化彼此的关系。建立合意的人际关系,目的就是要通过加深彼此的关系,消除相互的排斥、厌恶、不信任。

认知协调

心理学家海德认为:如果两个人对同一事物的看法、态度不同,就会影响他们的关系。交往关系的深化,要求双方在对待事物的态度与看法上能

相互协调,以建立一种平衡状态。如果存在失衡,就会产生混乱与紧张,尤其当两个人中每一方的看法都与对方不一致时,这种不一致将使他们之间的关系陷于困境。

在现实生活中,人际关系不良,相互的争吵或争执,大都是彼此责怪对方根本不理解自己所造成的。能协调双方彼此认知的关键,是能以“反以知彼,复以知己”的“互换角色”,站在对方的立场上进行思考,以一种“假如我是对方”态度,相互认知。在心理学上,将此称作“形成同感”。

“同感”一词来自德语,其含义是“感觉相同”,即意味着“用别人的眼光看世界”。通过同感,人们把自己和对方融合在一起,从而可以从胜利者那里得到鼓舞,也可以从失败者那里体会到烦恼。同感是社交当中必须具备的素质之一,它能把心中的想象变为现实。

美国玫琳凯化妆品公司的创办人玫琳凯·阿什主张社交经理人在与人交往。与下属相对时,必须先想一下:“假如我是对方,我希望得到什么样的态度与待遇?”她认为:“经过这样的思考之后,通常再复杂的问题也能迅速得到解决。”这是因为,一旦你能站到对方的立场上,你就实际上找到了一种看待问题的不同视角,从而使你对问题的了解、对症结之所在判断就不再受自己成见的影响,最初凭一己之见解决不了的问题可能会以一种新面目出现,再要解决也许就不难了。

实际上形成同感既能造成认知协调,也能扩大人与人之间的共同点与类同性,在人际交往中它是非常重要的,为此,人们一般也把这种同感原则称为“社交准则”,以强调它对一个人的人生及人际交往的重要性。

从交际实践上讲,通过人自身的努力去克服人际差异,寻找与对方的共同点,将产生人际吸引,形成一个人的人格魅力。人与人之间最容易找到共同点的地方就是心灵空间,法国作家雨果说过:“比陆地更广阔的是大海,比大海更广阔的是天空,而比天空更广阔的则是人的心灵。”实践社交准则既是品德修养之道,又是人际交往之道。其方式其实非常简单,这就是“将心比心”,通过了解自己去认识和体察别人。

我们对自己了解得越细致,体察得越深刻,我们就越能更好地认识他人一言一行背后的含义与动机,由此也就能更方便、更协调地与他人交往,