

成·功·盛·典·丛·书

榜样的力量

——找到薪火传递的正能量

BANGYANG DE **LILIANG**

ZHAODAO XINHUO CHUANDI DE ZHENGNEGLIANG

周文敏◎编著

发现榜样的秘密，了解榜样的实质，
找到榜样的力量。

好领导的
自我提升指南

北京工业大学出版社

榜样的 力量

——找到薪火传递的正能量

周文敏 编著

北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

榜样的力量：找到薪火传递的正能量 / 周文敏编著.
—北京：北京工业大学出版社，2013.10

(成功盛典丛书)

ISBN 978-7-5639-3639-7

I. ①榜… II. ①周… III. ①企业领导学—研究

IV. ①F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 208074 号

榜样的力量——找到薪火传递的正能量

编 著：周文敏

责任编辑：李周辉

封面设计：翼之扬设计

出版发行：北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 100124)

010-67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人：郝 勇

经销单位：全国各地新华书店

承印单位：九洲财鑫印刷有限公司

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：19.5

字 数：279 千字

版 次：2013 年 10 月第 1 版

印 次：2013 年 10 月第 1 次印刷

标准书号：ISBN 978-7-5639-3639-7

定 价：32.00 元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题，请寄本社发行部调换 010-67391106)

前 言

在市场经济时代，企业要取得成功，就需要源源不断地为企业注入正能量，所谓正能量就是榜样的力量，而传递榜样的人正是企业的领导者。

一个成功的企业领导者，不但要有卓越的领导能力，还应将其卓越的影响力传递至企业的每一个角落。决定领导者是否成功的因素，除了知识、决策能力等之外，还有被普遍认同的卓越的影响力。成功的领导者并不是指身居高位的人，而是指能够凭借自身的威望、才智，把其他成员吸引到自己周围，取得别人的信任和影响别人来实现企业目标的人。

领导者是一个企业的核心，他的领导风格会深深地影响身边的员工，影响到他们的工作态度、工作方式，甚至道德观及价值观等。领导者是企业的旗帜，是企业发展的路标。作为企业的“领路人”，领导者责任重大，必须努力提高自己的能力及个人素质。

拥有卓越影响力的领导者，能够在点滴中影响企业的每一个人，是团队的旗帜，是团队的希望，是团队的动力。他们自信、积极、谈吐优雅、遇事沉着、做事执着、目光高远、诚实守信、以身作则，有着独特的亲和力和感召力。

由此可见，领导者提升自己的影响力，树立榜样，传递榜样，带动全体员工为企业献计献策、贡献力量，是衡量成功领导者的最重要标志。如何办到这一切，是现今企业领导者必须修炼的“内功”之一。

当然，领导者在影响员工的同时，其实也是在跟员工的不良习惯、态度等作博弈，是领导者用自身闪光的品质去博弈员工的短板的一个过程。领导者在企业中推动榜样的力量，很大程度上是一种“言传身教”。领导者的个人魅力、良好习惯、积极心态、专业程度、敬业精神等都是其影响力的重要方面，都会在对员工起到潜移默化的作用，进而感召员工，形成团队精神和企业文化。

本书从领导者推进榜样的力量的角度出发，以“培养自身影响力及利用自身的优势去感召、激励员工”为中心，通过实用、简单、有效的向员工传递正能量的方式，让管理化繁为简，让读者有品茗之惬意，又有顿悟之快感！让领导者能有所发现、有所感悟，从而更加注重自身素质的修炼，成为以正能量影响团队、影响企业的卓越的领导者。

前 言

在竞争日益激烈的现代经济中，顾客的选择日益多样化，而促使其作出决定的，不仅有产品本身的形象，很大程度上还有企业的形象。因此，树立良好的企业形象，既是推进企业经营战略的有力手段和实现战略目标的重要保证，也是企业整体战略更高层次的战略举措。

在现代市场环境中，商品力和销售力已经成为市场竞争的基础和前提，但企业仅靠产品将寸步难行，好的产品加好的销售也许在短期内奏效，但无法保证企业持续地立足于市场。而一些深入人心的企业及其产品却能纵横天下，这些企业的共同特征是拥有良好的企业形象和产品形象。现代企业市场竞争只靠商品力、销售力已经不能决胜市场，还需加上形象力，它是通过塑造和传播优秀企业形象而形成的一种对企业内外公众的吸引力、凝聚力、感召力和竞争力，是隐含在企业生产经营活动背后的一种巨大潜在力量，是企业新的生产力资源，代表一个企业的综和实力。美国可口可乐公司形象就是世界第一大“可乐”公司的形象，而“七喜”公司的最终目标，就是第一大“柠檬水”公司的形象。任何企业的终极目标，都是要寻找一个统一的企业形象，提高企业产品的销售，扩大自己的市场，从而达到利润倍增的目的。

企业形象塑造，是指企业形象识别（CI）策划中，包括理念识别系统、行为识别系统、视觉识别系统等内容。从心理学的角度看，形象就

是人们通过视觉、听觉、触觉、味觉等各种感觉器官在大脑中形成的关于某种事物的整体印象，简言之是知觉，即各种感觉的再现。企业形象就是企业内外对企业的整体感觉、印象和认知，是企业状况的综合反映。

毫无疑问，中国企业整体形象塑造相对滞后，越来越多的企业感觉到企业形象对销售利润的巨大影响，却不知道该如何以最佳的方式提升企业形象。本书从价值理念、道德精神、行为准则、活动风格、企业标志、企业环境、形象传播等方面，对如何快速提升企业形象做了全面阐述，并辅以典型案例，方便企业查找自身不足，迅速提高企业知名度、美誉度，从而在市场竞争中抢占先机。

目 录

第一章 增进影响：成为公认的核心领袖

内在魅力就是影响力	003
利用从众心理影响员工	006
成为能让员工振奋的领导者	008
扮演好你的领导者角色	011
建立起属于自己的影响力	016
修炼号召力就是提升影响力	019
充分发挥和运用影响力	021

第二章 树立权威：勤勉严格出威信

言必信，行必果	027
提供权威意见和建议	029
信任—信服—折服	031
领导者的高度决定员工的高度	033
敬业精神更容易影响员工	034

办事坚持原则，增强自身影响力	037
“生动的表达”增强领导者的影响力	039

第三章 设立标杆：卓越管理有样板

制定明确而坚定的目标	045
为员工设立一个仿效的标准	048
为员工设立高期望值	050
做一个言行如一的领导者	051
在关键时刻一定要当好榜样	053

第四章 加油鼓劲：营造积极向上的工作氛围

让员工明白自己的价值	059
激发员工的使命感	061
激励员工的战斗性	062
肯定员工的成就	064
让员工永远充满希望	066
以强烈的热情感染员工	067

第五章 各司其职：职责分配清晰明确

将军别干士兵的事情	073
放权才能释放权力的效力	075
不明情况不指挥	078
要信任下属的能力	080

掌握权力收放的尺度	085
防止和纠正各种越权行为	088

第六章 政令畅通：不折不扣去执行

领导者首先要带头执行	095
真抓实干比能言善辩更重要	099
以身作则，自律自制	101
处理好策略与执行的关系	104
向员工施加适当的压力	107
实事求是是提高执行力的关键	113

第七章 争先创优：建立良性竞争机制

在组织中引进“鲑鱼”	119
激起员工争强好胜的心理	121
用“危机感”激发员工潜力	123
给予每个员工充分的竞争机会	125
建立完善的绩效考核制度	126

第八章 赏罚分明：对待员工要公平公正

以动态和发展的眼光看待员工	131
公平、公正地对待每一位员工	133
规章制度要切实可行	136
确保规章制度的贯彻落实	140

对事不对人，建构公平的激励机制	144
既坚持原则，又讲究灵活变通	146

第九章 潜移默化：相互影响共同成长

影响他人，先从自己做起	151
告诉他，他可以成为你认可的好员工	154
全体共同成长	156
用自身的勤奋带动员工的勤奋	159
用积极去博弈员工的消沉	161
用长板去补员工的短板	163

第十章 严格要求：强化训练标准

培养人才优先于任何事情	169
打铁还需自身硬	171
精英是训练出来的	173
积极主动当好员工的教练	176
低标准等于没标准	178
在培训中导入企业意志	181

第十一章 沉着冷静：诚实地面对事实

用事实说明真相	185
镇定自若，保持理智的思维	191
正视危机才能处理危机	194

解决危机，要勇于身先士卒	197
做企业最优秀的“主治医生”	199

第十二章 同情理解：宽容地接纳失误

要勇于面对错误	207
要宽容员工	211
把员工的失误当成你的错	214
给员工注入信心	216
要懂得推功揽过	219
以宽广的胸怀征服员工	222

第十三章 勇于负责：共同面对挑战

具有强大的责任心	229
责任感会赢得支持	230
有责任感的领导应该做的事	235
主动承担责任	238

第十四章 永不满足：持续地学习创新

领导力的核心是学习能力	243
勇立时代潮头，时刻充实自己	245
从失败中学习制胜的道理	247
创造适合创新的企业氛围	250
做学习不辍的领导者	254

第十五章 凝聚力量：激活团队能量

培养员工的团队意识	261
提高团队凝聚力的七大方法	262
激发成员的团队精神	264
建立互补型团队	267
激活团队能量的要领	271
感情和文化是团队的黏合剂	275
有效激励团队士气	278

第十六章 精明强干：领导者素质修炼

看起来就得像个成功者	285
让诚实守信为魅力加分	287
以德服人赛神助	288
勇气是你魄力的表现	292
把自己塑造成榜样	295
打造迷人的个性魅力	297
避免损害魅力的错误行为	300



增进影响：成为公认的核心领袖

领导工作，其实就是影响他人合作和达成目标的一种历程。从领导效能的观点来看，影响力远胜过权力。只有拥有超强影响力的领导者，才能成为企业的核心领袖。因此，企业的领导者必须想方设法增强自己的影响力，因为这才是真正促使人们发挥最大潜力来完成计划和目标的“魔法”。



内在魅力就是影响力

领导者的能力和魅力显示在其组织策划、引导发挥、协调沟通和知识积淀等很多方面。一个优秀的领导者，其真正的魅力的外在是亲和力，而内在则是组织、管理和知人善用的能力。

1. 表现别人，展示自我

让别人发挥能力，便是展现个人的领导能力。

许多领导者常说：“这些员工真笨，真没有办法！”管理专家却常提醒领导者：“幸亏这些员工‘笨’，否则您哪有机会当领导？”有的管理专家更直接指出：“没有不好的员工，只有不好的领导。”

21 世纪的工作发展，强调人才搭配、互补的应用原则及个人成就需求的满足。必须承认：每一个人在能力上都有不同的地方。身为领导者，应注意到每个员工的个体差异，让员工的“特殊能力”能够得到充分发挥。这个“特殊能力”，可能是组织能力、策划能力、表达能力、协调能力或执行能力等。

若详加观察，领导者将会发现手下的一般人除了专业能力外，还有各种才艺与技能。在整个企业运转中，领导者必须知道如何通过“正面导向”激发员工的能力，使其得到发挥与成长，让每个员工的各种特殊能力、才华，能实际可行地展现在工作绩效及组织运作中，进而带动整个团队士气。

20 世纪末，美国前演员里根证明了一个事实：一个懂得并善于运用表现别人能力的人，不论是谁，都可以当领导者，甚至是总统。

所谓领导者，就是要懂得让别人发挥其特殊能力。因为，懂得让别人发挥能力，便是自己的组织能力的显示。

2. 决策有力，带动士气

能干的领导者明白如何解决问题，能拿出一套办法作为解决问题的工具，能够根据问题和状况的性质找出适当的解决方法，并开始着手进行。

一位领导者应是问题解决者和决策者，在实践中可以发现，解决问题的能力或提供解决问题的方法，是很多有效领导者的主要特质。此外，需要领导者解决的问题通常是难题，有时候还要通过下决心作出决策。这时候作出的决策，多数要冒极大的风险并面对不可预测的未来。

威廉·詹姆斯·克劳海军上将担任过参谋长联席会议主席，这是美国军队中最高的职位。他在《时代》杂志的一次访问中说：“我认为一些人，他们在作成重大决定时连考虑都不考虑一下。我却不是如此，要是遇着重大问题时，我连觉都会睡不好。”

《圣经》中提到，以色列的基甸必须攻击兵力远超过他的敌人。有一次，他面临的是守在坚固营地的米甸人。米甸人装备精良，受过良好的训练，并且具有丰富的作战经验，而基甸的部队只是些没有受过训练的乌合之众。他只说了一句话：“不愿作战的可以离开。”立刻有 22000 人回家，连回头看一下都没有。

接着，基甸作出了更大的决策，通过喝水的测试，将军队减少到 300 人，但这些都是勇敢的人。他给每个人一支号角、一把火炬和一只空罐，然后将这些人分成三组。到了夜里，这三组人包围了米甸人的营房。他们先是将火把藏在罐中，在基甸发出一个信号后，他们打破空罐，吹起号角，然后大声呐喊。可以想象得出米甸人的营地是个什么样的情况。通常，一支火把代表一百人，米甸人认为遭到了几万人的攻击，一片大乱，纷纷溃逃。如今在以色列陆军中，仍然以基甸的这项事迹作为突击队作战的范例。

任何一件事都需要有精明的策划。主帅的能力是一个军队的战斗力，领导者是一个企业的战斗力。当拥有了恰当的组织策划能力时，你的领导魅力无疑会百倍千倍地上升。