

图书基本信息

书名：<<世界500强企业员工的50个效能定律>>

13位ISBN编号：9787508048628

10位ISBN编号：7508048628

出版时间：2008-8

出版时间：华夏出版社

作者：孙东雅

页数：160

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

人类现代企业组织的出现与发展大约有100余年的历史。在这个时间跨度内，与企业生存发展相伴相生的，是层出不穷的企业管理理论。尽管纷繁，管理理论最终却只回答一个问题：效能!决定一个国家富裕和贫穷的砝码是效能，决定企业赢利能力的也是效能。

一直以来，人们苦苦寻求，却伴随着许多的困惑：为何每天都在和网状的琐事作斗争，却不能做到简单……为何几个优秀的人，集合到一块却成了乌合之众……为何一个效率低下的组织，还拼命地选择庸俗之辈……为何那么多人在努力，却只有不到2%的人获得成功……为何“不胜任”的现象无处不在，人们还在泰然处之……为何一个人浮于事的机构，却对日益膨胀的现状无动于衷……在此，如果我们能够借鉴世界上一些成功企业的经验，则能够从实战上获得一个经验的平台。

像摩托罗拉、微软、3M、沃尔玛、福特、IBM、宝洁、希尔顿饭店、海尔等企业，都是世界500强企业的杰出代表，代表着世界上最高的企业管理水平。它们曾经或正在打造一个辉煌的时代。

经济学家在调查世界500强企业员工时发现，这些企业的成功与企业员工所应用的效能定律是分不开的，明确、科学的效能定律直接成为企业效能提升的关键，成为企业胜负的关键。

本书立足于世界500强企业员工成功提高效能的案例，结合理论，详细地介绍世界500强企业中部分企业运用效能定律的成功亮点，使所有职场人士能触类旁通、举一反三，根据自己的实际工作，从成功的经验中不断总结创新，有所收获。

内容概要

本书共选取了世界500强企业员工的50条效能定律，如跳蚤效应、吉格勒定理、布利斯定理、奥卡姆剃刀定律、不值得定律、20 / 80法则、迪斯忠告、守时定律、吉德林法则、华盛顿合作定律、零和游戏定律、杜利奥定理、蓝柏格定理、杰拉德法则、羊群效应、看板式法则、木桶定律、手表定律，等等，内容囊括了提高效能的各个方面。

人类现代企业组织的出现与发展大约有100余年的历史。

在这个时间跨度内，与企业生存发展相伴相生的，是层出不穷的企业管理理论。

尽管纷繁，管理理论最终却只回答一个问题：效能！

本书带着“如何在最短时间内做最多最好的事情？

”的疑问，立足于世界500强企业员工成功提高效能的案例，结合理论，以50个效能定律，详细地介绍世界500强企业中部分企业运用效能定律的成功亮点，使所有职场人士能触类旁通、举一反三，根据自己的实际工作，从成功的经验中不断总结创新，有所收获。

这是一本揭示500强企业成功管理的核心准则，培养优秀员工职业素质的经典读本。

书籍目录

定律1 跳蚤效应代表企业：摩托罗拉定律2 吉格勒定理代表企业：伯利恒钢铁定律3 布利斯定理代表企业：IBM定律4 奥卡姆剃刀定律代表企业：通用定律5 不值得定律代表企业：微软定律6 运用20/80法则代表企业：IBM定律7 迪斯忠告代表企业：埃克森·美孚石油定律8 守时定律代表企业：海尔定律9 化繁为简代表企业：宝洁定律10 吉德林法则代表企业：可口可乐、IBM定律11 要事第一代表企业：伯利恒钢铁定律12 华盛顿合作定律代表企业：麦肯锡定律13 零和游戏定律代表企业：通用定律14 杜利奥定理代表企业：福特定律15 善于休息代表企业：通用定律16 蓝柏格定理代表企业：中美史克定律17 不找借口代表企业：戴尔定律18 重在执行代表企业：波特曼丽嘉酒店定律19 有效决策代表企业：摩托罗拉定律20 皮尔斯定理代表企业：波音定律21 自省原则代表企业：安利、通用定律22 木桶定律代表企业：麦肯锡定律23 吉格定理代表企业：通用定律24 鲇鱼效应代表企业：本田汽车定律25 青蛙法则代表企业：摩托罗拉定律26 马蝇效应代表企业：福特定律27 哈伯德定理代表企业：可口可乐定律28 王安论断代表企业：可口可乐定律29 杰拉德法则代表企业：IBM、联想定律30 看板式法则代表企业：丰田、华为、百事可乐、小天鹅定律31 横山法则代表企业：微软定律32 例外原则代表企业：三星定律33 羊群效应代表企业：日本东芝定律34 路径依赖代表企业：戴尔定律35 摩尔定律代表企业：微软、3M、西门子定律36 达维多定律代表企业：英特尔、海尔定律37 乔治定理代表企业：通用定律38 沟通的位差效应代表企业：沃尔玛、松下电器定律39 激励的倍增效应代表企业：英特尔、IBM定律40 苛希纳定律代表企业：沃尔玛定律41 酒与污水定律代表企业：苹果电脑定律42 大荣原则代表企业：大通曼哈顿、摩托罗拉定律43 德尼摩定律代表企业：FannieMae公司、福布斯集团定律44 瓦拉赫效应代表企业：微软定律45 手表定律代表企业：3M定律46 马太效应代表企业：微软定律47 基利定理代表企业：通用、微软定律48 光环效应代表企业：麦当劳定律49 蝴蝶效应代表企业：希尔顿定律50 彼得原理代表企业：百事可乐

章节摘录

定律1：跳蚤效应对于没有航向的船，来自任何方向的风，都是逆风。
一个明确的目标，可以指引我们朝着成功的正确方向去努力，目标让人产生活力，目标也能激发效率……代表企业：摩托罗拉。
成功启示：有什么样的目标就有什么样的人生。
“跳蚤效应”来源于一个有趣的实验：生物学家曾经将跳蚤随意向地上一抛，它能从地面上跳起一米多高。
但是如果在一米高的地方放个盖子，这时跳蚤会跳起来，撞到盖子，而且是一再地撞到盖子。
过一段时间后，你拿掉盖子，你会发现，虽然跳蚤继续在跳，但已经不能跳到一米以上了，直至生命结束都是如此。
为什么呢？
理由很简单，它们已经调节了自己跳的高度，而且适应了这种情况，不再改变。
在我们的职业生涯中，很多人也有着类似的“跳蚤式”经历，虽屡屡去尝试成功，但是往往事与愿违，屡屡受挫。
经过几次“碰壁”以后，便开始抱怨职场游戏规则过于残酷，有的甚至开始怀疑自己的能力，以为“盖子”已成为自己无法逾越的高度，在这种情况下，他们不是重整旗鼓，不惜一切代价去追求成功，而是一再地降低成功的标准。
因此，当“盖子”掀起的时候，他们已经失去了挑战的勇气，不敢再跳，或者已习惯了，不想再跳了，他们往往因为害怕成功高度的限制，而不敢再去追求更高的人生目标。
在行动前设定目标IBM公司的创始人托马斯·沃森说过：“有两种人永远无法超越别人：一种人是只做别人交代的工作，另一种人是做不好别人交代的工作。
哪一种情况更令人丧气，实在很难说。
总之，他们会成为第一个被裁员的人，或是在同一个单调而卑微的工作岗位上耗费终生的精力。
沃森先生所指的两种人心中都没有十分明确的目标。
等待他们的将是卑微的职位和庸碌的人生。
阿尔伯特·哈伯德先生说过，如果你并不想从工作中获得什么，那么你只能在漫长的职业生涯的道路上无目的地漂流。
只有目标在前方召唤，才会有进取的动力。
在美国企业界，有一个深得众望的奖项——美国国家品质奖。
它象征着美国企业界的最高荣誉。
赢得此奖的企业，必须是能生产全国最高品质产品的企业。
为赢得该奖项，摩托罗拉公司从1981年就开始了竞争。
它派了一个侦察小组，分赴世界各地表现优异的制造机构进行学习，最终使自己的产品错误率降低了90%，但摩托罗拉仍不满意，又设定了新的目标，力求达到99.997%。
所有摩托罗拉员工，都收到一张皮夹大小的卡片，上面标示着公司的目标。
公司还制作了一盒录像带，解释为什么99%的产品无故障仍嫌不足。
这盒录像带指出，如果这个国家的每一个人，都以99%的品质来工作，那每年就会有二十万份错误的医药处方，更别说是会有三万名新生儿，被医生或护士失手掉落地上。
试问，99%的品质，对于将其性命托付给摩托罗拉无线电话的警察而言，是否足够？
1988年，66家公司开始竞夺美国国家品质奖。
大部分参赛单位实际上都是一些像IBM、柯达、惠普等大公司的某一部部门，但摩托罗拉却以整个公司为单位参加竞赛，并以绝对的优势轻松夺魁。
这就是目标的效力，有什么样的目标就有什么样的人生。
目标产生高效率。
有目标未必能够成功，但没有目标的人一定不能成功。
博恩·崔西说：“成功就是目标的达成，其他都是这句话的注解。”

<<世界500强企业员工的50个效能定律>>

”现实中那些顶尖的成功人士不是成功了才设定目标，而是设定了目标才成功。

汤姆原来只是美国一家软件公司的普通职员。

从他大学刚毕业走进公司的第一天起，他就为自己制订下了一个目标：用两年的时间当上部门经理。

从那天起，“部门经理”就像一面旗帜，他没有一天不按部门经理的标准要求自己。

目标真是一个奇妙的东西，它使汤姆每天都被工作的疯狂激情驱使着，虽然这样工作起来有些累，但劳累过后，看着自己的工作业绩，他便体会到生活的幸福。

不到一年，他就被提拔到了主管的岗位。

他工作起来更加努力了，因为有了目标，他感觉不到工作的劳累，相反把它当做一种享受。

之后，当上主管不到半年的时间里，就被提升为部门经理，成了公司里提拔最快的又是最年轻的经理。

汤姆为什么能从普通职员迅速升至主管继而又升任为部门经理？

这就是他用目标随时鞭策自己的缘故，也是目标在一个人身上发挥神奇效力的有力例证。

在这个世界上有这样一个现象，那就是“没有目标的人在为有目标的人达到目标”。

因为没有目标的人就好像没有罗盘的船只，不知道前进的方向，有明确、具体的目标的人就好像有罗盘的船只一样，有明确的方向。

在茫茫大海上，没有方向的船只只能跟随着有方向的船只走。

目标细化有魔力许多人做事之所以会半途而废，并不是因为困难大，而是目标距离太远，若把长距离分解成若干个距离段，逐一跨越它，就会轻松许多。

在美国陆战队里面，曾做过这样一个实验：有两个小组，分别沿着两条10公里的路向同一个村子前进。

两个小组的差别在于：第一组不知道村庄的名字，也不知道路程的远近，只告诉他们跟着向导走就行；而第二组的人不仅知道村庄的名字、路程，而且公路上每一公里就有一块里程碑。

请你来猜想一下他们完成任务的情况吧！

你大概想不到，第一组的人刚走了两三公里就有人叫苦，走了一半时有人几乎愤怒了，他们抱怨为什么要走这么远，何时才能走到。

走了一半时有人甚至坐在路边不愿走了，越往后走他们情绪越低落。

而第二组的人呢，他们边走边看里程碑，每缩短一公里大家便有一小阵的快乐。

行程中他们的情绪一直很高涨，所以很快就到达了目的地。

这个实验对你有一定的启迪吧！

只有充分了解自己在特定的时限内必须完成的特定的任务，你才会集中精力，开动脑筋，调动自己和他人的潜力，从而为实现自己目标而奋斗。

如果一开始就盯着长远目标，任何人都难免精神涣散、松松垮垮，要实现自己的目标也只能是一句空话。

25岁的时候，徐小海因失业而挨饿。

他白天就在马路上乱走，目的只有一个，躲避房东讨债。

一天，他在42号街碰到著名歌唱家王先生。

徐小海在失业前，曾经采访过他。

但是，徐小海没想到的是，王先生竟然一眼就认出了自己。

“很忙吗？”

”王先生问徐小海。

徐小海含糊地回答了王先生，他想王先生看出了他的遭遇。

“我住的旅馆在第103号街，跟我一同走过去好不好？”

”“走过去？”

但是，王先生，60个路口，可不近呢。

”“胡说，”他笑着说，“只有5个街口。”

是的，我说的是第6号街的一家射击游艺场。

”这里有些答非所问，但徐小海还是顺从地跟他走了。

<<世界500强企业员工的50个效能定律>>

“现在，”到达射击场时，王先生说，“只有11个街口了。”

“不大一会儿，他们到了文化宫。”

“现在，只有5个街口就到动物园了。”

“又走了12个街口，他们在王先生的旅馆前停了下来。”

奇怪得很，徐小海并不觉得怎么疲惫。

王先生向他解释为什么要步行的理由：“今天的走路，你可以常常记在心里。”

这是生活中的一个教训。

你与你的目标无论有多遥远的距离，都不要担心。

把你的精神集中在5个街口的距离。

别让那遥远的未来令你烦闷。

“不要迷失自己的目标，每次只把精力集中在面前的小目标上，这样，遥不可及的目标便在眼前了。”

按部就班做下去是唯一的实现目标的聪明做法。

有些时候，某些人从表面看来似乎一夜成名，但是如果你仔细看看他们的历史，就知道他们的成功并不是偶然的。

所以，一开始就追求最终目标是不现实的，也是不可能的，正如大成就的获得靠小成就的累积一样，大目标的实现也是靠小目标的累积。

任何目标都是逐步实现的，实现目标的过程是由现在到将来，由小目标到大目标，一步步前进的过程。

如果一生从来只是想想而已，不曾付诸行动，当然所有的愿望都会落空。

但如果设立了明确的目标以及为了切实目标而确定具体的计划和期限，你就会真正感觉到，强大的推动力正在鞭策自己高效率去完成它。

定律2吉格勒定理设定一个高目标就等于达到了目标的一部分。

代表企业：伯利恒钢铁成功启示：朝着自己的目标前进，至少可以肯定，你迈出的每一步方向都是正确的。

不少人认为天才或成功是先天注定的。

但是，世上被称为天才的人，肯定比实际上成就天才事业的人要多得多。

为什么？

许多人一事无成，就是因为他们缺少排除万难、迈向成功的动力，不敢为自己制定一个高远的奋斗目标。

不管一个人有多么超群的能力，如果缺少一个认定的高远目标，他将一事无成。

设定一个高目标，就等于达到了目标的一部分。

这就是美国行为学家J.格勒提出的吉格勒定理。

不管是生活还是工作，对于有梦想的人是温暖的，对于没有梦想的人是冷酷的；在追求自己的远大目标中体会到成功的喜悦，并不比在失败中咀嚼痛苦更累。

安东尼·罗宾认为，人生的目标不妨定得高远些，即使这些目标经过全力打拼也没能全部实现，至少也比目标定得太低实现的多。

这和我国古人所说的“大志得中，中志得小，小志不得”的道理是一样的。

一开始心中就怀有最终目标齐瓦勃是伯利恒钢铁公司——美国第三大钢铁公司的创始人。

他出生在美国乡村，只受过短暂的学校教育。

十五岁那年，家中一贫如洗的他到一个山村做了马夫。

然而，雄心勃勃的齐瓦勃无时无刻不在寻找着发展的机遇。

三年后，他来到钢铁大王卡内基所属的一个建筑工地打工。

一踏进建筑工地，齐瓦勃就表现出了高度的自我规划和自我管理的能力。

当其他人都在玩乐的时候，齐瓦勃却一丝不苟地工作着。

一天晚上，公司经理到工地检查工作，看到齐瓦勃躲在角落里看书。

经理翻了翻他的书和笔记本，什么也没说就走了。

第二天，公司经理把齐瓦勃叫到办公室，问：“你学那些东西干什么？”

”齐瓦勃说：“我想，我们公司并不缺少打工者，缺少的是既有工作经验又有专业知识的技术人员或管理者，对吗？”

”经理点了点头。

不久，齐瓦勃就升任技师。

齐瓦勃在工作中主动学习，不断地充实自己的大脑。

无论在技术上还是管理上，他都能做到最好。

后来，齐瓦勃终于创建了属于自己的大型钢铁公司伯利恒，并创下了非凡的业绩，真正完成了从一个打工者到创业者的飞跃，成就了自己的事业。

如果一开始心中就怀有最终目标，就会呈现出与众不同的眼界。

有了一个高的奋斗目标，你的人生也就成功了一半。

如果思想苍白、格调低下，生活质量也就趋于低劣；反之，生活则多姿多彩，尽享人生乐趣。

制定目标要尽可能地伸展自己定位决定人生。

从某种意义上来说，一个人对自己将来有什么样的预期，他就会有什么样的人生。

在30岁以前，乔·吉拉德只能算是一个完全的失败者，欠了一身的外债，连妻子、孩子的吃喝都成了问题，同时他还患有严重的口吃。

在这种情况下，他步入推销生涯。

刚刚接触推销时，他反复对自己说：“你认为自己行，就一定可行。

”他以极大的专注和热情投入到推销工作中，只要一碰到人，他就把名片递过去，不管是在街上还是在商店里，他抓住一切机会推销他的产品，同时也推销他自己。

三年以后，他成为全世界最伟大的销售员。

谁能想到，这样一个不被人看好，而且还背了一身债务，几乎走投无路的人，竟然能够在短短的三年内被吉尼斯世界纪录称为“世界上最伟大的推销员”。

乔·吉拉德做过很多种工作，屡遭失败。

最后，他把自己定位在做一名推销员，他认为自己更适合、更胜任这项工作。

你可以长时间卖力工作，创意十足，才华横溢，甚至好运连连；可是，如果你无法在创造过程中给自己准确定位，不知道自己的方向是什么，一切都会徒劳无功。

可以说，你给自己定位成什么，你就是什么，定位能改变人生。

迈克尔在从商以前，曾是一家酒店的服务生，替客人搬行李、擦车。

有一天，一辆豪华的劳斯莱斯轿车停在酒店门口，车主吩咐道：“把车洗洗。”

”迈克尔那时刚刚中学毕业，从未见过这么漂亮的车子，不免有几分惊喜。

他边洗边欣赏这辆车，擦完后，忍不住拉开车门，想上去享受一番。

这时，正巧领班走了出来，“你在干什么？”

”领班训斥道，“你不知道自己的身份和地位？”

你这种人一辈子也不配坐劳斯莱斯！”

”受辱的迈克尔从此发誓：“这一辈子我不但要坐上劳斯莱斯，还要拥有自己的劳斯莱斯！”

”这成了他人生的奋斗目标。

许多年以后，当他事业有成时，果然买了一辆劳斯莱斯轿车。

如果迈克尔也像领班一样认定自己的命运，那么，也许今天他还在替人擦车、搬行李，最多做一个领班。

可见，人生的目标对一个人来说是何等重要啊！

对此，查斯特·菲尔德爵士指出：有限的目标会造成有限的人生，所以在设定目标时，要尽量伸展自己。

只有高远的目标才能够充分激发出人的潜能，使你拥有高效能的工作和生活。

定律3布利斯定理用较多的时间为一项工作进行事前计划，做这项工作所用的总时间就会减少 代表企业：IBM成功启示：准备一本工作日记，把你现在想的或做的，以及以后你想要提及的事都记在上面，这是我们提高做事效率所必须养成的习惯。

美国的几个心理学家曾作过这样一个实验：把学生分成三组，进行不同方式的投篮技巧训练。

<<世界500强企业员工的50个效能定律>>

第一组学生在20天内每天练习实际投篮，把第一天和最后一天的成绩记录下来。

第二组学生也记录下第一天的成绩，但在此期间不做任何练习。

第三组学生记录下第一天的成绩，然后每天花20分钟做想象中的投篮；如果投篮不中时，他们便在想象中作出相应的纠正。

实验结果表明：第二组没有丝毫长进，第一组进球增加了24%，第三组进球增加了26%。

由此，他们得出结论：行动前进行头脑热身，构想要做之事的每个细节，梳理思路，然后把它深深铭刻在脑海中，当你行动的时候，就会得心应手。

这就是美国行为科学家艾得·布利斯提出的布利斯定理，它告诉我们的，就是计划的重要性。

做事没有计划，行动起来就必然会松松垮垮。

只有事前拟订好了行动的计划，梳理通畅了做事的步骤，做起事来才会应付自如。

好的计划是成功的开始。

缺乏计划，等于计划着失败《如何掌控你的时间与生活》一书的作者拉金说过：“一个人做事缺乏计划，就等于计划着失败。

有些人每天早上计划好一天的工作，然后照此实行。

他们是有效地利用时间的人。

而那些平时毫无计划，靠遇事现打主意过日子的人，只有‘混乱’二字。

”一个人要提高自己的做事的效率，忙于要事，就要养成善于规划的好习惯。

培根也说过：“选择时间就等于节省时间，而不合乎时宜的举动则等于在空气中乱打。

”没有一个明确可行的工作计划，必然浪费时间，要高效率地工作就更不可能了。

工作的有序性，体现在对时间的支配上，首先要有明确的目的。

很多成功人士都指出：如果能把自己的工作任务清楚地写下来，就能很好地进行自我管理，使得工作条理化，从而使得个人的能力得到很大的提高。

只有明确自己的工作是什么，才能认识自己工作的全貌，从全局着眼观察整个工作，防止每天陷于杂乱的事务之中。

明确的办事目的将使你明确工作中的不同侧重点，弄清工作的主要目标在哪里，防止不分轻重缓急，耗费时间又办不好事情。

另外，明确自己责任与权限的范围，还有助于避免自己的工作与上下级和同事的工作出现互相扯皮和打乱仗现象。

填写工作清单是一种明确工作目标的好方法。

首先，你可以找出一张纸，毫无遗漏地写出你所要做的工作。

凡是自己必须干的工作，且不管它的重要性和顺序怎样，一项也不漏地逐项排列起来，然后按这些工作的重要程度重新列表。

重新列表时，你要问自己：如果我只能干此表当中的一项工作，首先应该干哪一项呢？

然后再问自己：接着该干什么呢？

用这种方式一直问到最后一项。

这样自然就按照重要性的顺序列出了自己的工作一览表。

其后，列出你要做的每一项工作具体该怎么做，并根据以往的经验，在每项工作上总结出你认为最合理有效的方法。

在制订工作计划的过程中，我们不仅要明确自己的工作是什么，还要明确每年、每季度，每月、每周、每日的工作及工作进程，并通过有条理的连续工作，来保证执行任务的正常速度。

在这里，为日常工作 and 下一步进行的项目编出目录，不但是一种卓有成效的时间节约措施，也是提醒我们记住某些事情的手段。

可见，制定一个合理的工作日程是多么重要。

工作日程与计划不同，计划是对工作的长期规划，而工作日程表是指怎样处理现在的问题。

比如今天和明天的工作，就是逐日推进的计划。

有许多人抱怨工作多而杂乱，实际是由于他们不善于制定日程表，无法安排好日常工作，有时候反而抓住没有意义的事情不放，难免会被工作压得喘不过气来。

媒体关注与评论

揭示500强企业成功管理的核心准则，培养优秀员工职业素质的经典读本。

对于企业而言，不可缺少的是效能，而非效率。

——彼得·德鲁克 我们不一定知道正确的道路是什么，但不要在错误的道路上走得太远。

——奥姆威尔·格林绍

编辑推荐

人类现代企业组织的出现与发展大约有100余年的历史。在这个时间跨度内，与企业生存发展相伴相生的，是层出不穷的企业管理理论。尽管纷繁，管理理论最终却只回答一个问题：效能！

《世界500强企业员工的50个效能定律》带着“如何在最短时间内做最多最好的事情？”的疑问，立足于世界500强企业员工成功提高效能的案例，结合理论，以50个效能定律，详细地介绍世界500强企业中部分企业运用效能定律的成功亮点，使所有职场人士能触类旁通、举一反三，根据自己的实际工作，从成功的经验中不断总结创新，有所收获。这是一本揭示500强企业成功管理的核心准则，培养优秀员工职业素质的经典读本。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>