

<<卡耐基经典商务礼仪全集>>

图书基本信息

书名：<<卡耐基经典商务礼仪全集>>

13位ISBN编号：9787550201644

10位ISBN编号：7550201641

出版时间：2011-6

出版时间：张艳玲 京华出版社 (2011-06出版)

作者：张艳玲

页数：199

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>

<<卡耐基经典商务礼仪全集>>

前言

从来没有哪一个时代的人们像今天这样如此的重视“成功”，“成功”成为这个时代被使用最频繁的字眼。

那么什么是成功?成功当指成就功业或达到御前的结果。

成功当有两个方面的含义：一是个人的价值得到社会的承认，并赋予个人相应的酬谢，如金钱、房屋、地位、尊重等；二是自己承认自己的价值，从而充满自信，并得到幸福感、成就感。

成功的含义是丰富的，可惜，在这个时代，很多人过于强调前一种含义，而忽略了后一种意义。而只有造福于社会，获得社会的承认，赢得他人的尊重，才称得上是真正的成功。

事实上，成功是一种积极的心态，是每个人实现自己的理想后，自然而然产生的一种自信和满足心态。

成功学的历史很短，只有100多年。

这门学科以社会中各种成功现象为研究对象，从中发现规律，并指导人们走上成功之路。

当然，成功没有捷径，但是，有了成功学的指导，有志于成功的人士可以少走弯路。

这也是自成功学诞生100多年来，一直受到人们关注的原因。

戴尔·卡耐基(Dale Carnegie, 1888—1955)，美国著名的心理学家和人际关系学家，20世纪最伟大的人生导师。

他一生从事过教师、推销员和演员等职业，这些职业对他以后的事业都有很大的影响。

卡耐基认为，从事有意义的工作，过自己喜欢的生活比赚钱更重要。

于是，他在大学时代就开始进行演讲方面的训练，这些训练使他克服了自卑和怯懦，在与不同的人打交道时，他也格外有勇气，有信心。

正是在现实中，他认识到人际交往在一个人的一生中有多么重要，他认为，一个人的成功有15%是由于他的技术专长，而85%是靠良好的人际关系和为人处世的能力。

经过多年的研究考察，他最终发展出一套独特的融演讲、推销、为人处世、智能开发于一体的成人教育方式，这种方式得到人们的认可，并且不断完善。

他开创的“人际关系训练班”遍布世界各地，对数以百77计的人产生了深远的影响。

其中不仅有社会名流、军政要员，甚至还包括几位美国总统。

哈佛大学著名心理学家与哲学家威廉·詹姆斯教授说：“与我们应取得的成就相比，我们只不过是半醒着，我们只利用了身心资源的一部分。

卡耐基因为帮助职业男女开发他们蕴藏的潜能，在成人教育中开创了一种风靡全球的运动。

”卡耐基一生中写作了《演讲的艺术》、《人性的光辉》、《人性的弱点》、《人性的优点》、《美好的人生》、《伟大的人物》、《快乐的人生》等多部著作。

卡耐基的思想影响了世界上无数人的生命历程。

卡耐基的商务礼仪思想，渗透在他的每一部著作中。

通过阅读他的著作，使我们认识到商务活动中，应该时时处处充满着“尊重”的人文气息，礼仪应该生发于内心，是真诚的情感流露，而不是急功近利的一时应付。

商务礼仪必须建立在对商业伙伴的尊重、体贴和无微不至的关爱上。

每一个参与商务活动的人士，他的思想、谈吐、修养、仪表、举止都体现着对商务伙伴的尊重，而最终的结局必定是双赢的。

现代社会，每一个人都或多或少地参与商务活动，那么，不妨细细体味卡耐基的商务礼仪信条。

把握每一次商务活动的机会，积极修炼自己得体的商务形象，使自己从商业伙伴的身上学到优长之处，使自己更加完善完美，这应该成为每个人都追求的目标。

<<卡耐基经典商务礼仪全集>>

内容概要

礼仪是真诚的情感流露，而不是急功近利的一时应付。
商务礼仪必须建立在对商业伙伴的尊重、体贴和无微不至的关爱上。
每一个参与商务活动的人士，他的思想、谈吐、修养、仪表、举止都体现着对商业伙伴的尊重，而最终的结局必定是双赢的。
把握每一次商务活动的机会，积极修炼自己得体的商务形象，使自己从商业伙伴的身上学到优长之处，使自己更加完善完美，这应该成为每个人都追求的目标。

<<卡耐基经典商务礼仪全集>>

书籍目录

前言第1章 得体的衣装为你加分第2章 修炼自己的优雅气质第3章 初次见面就给别人良好的第一印象第4章 提升自己的精神引力第5章 打电话能反映一个人的修养第6章 交际语言不可忽视第7章 洽谈会的制胜法第8章 真诚合作的结果是人人受益第9章 真诚地赞美他人第10章 把握好商务谈话的礼节第11章 交谈时应注意方式和距离第12章 认真倾听别人的谈话第13章 得体地进行提问第14章 幽默可以调整礼仪的天平第15章 让他人感到自己很重要第16章 不要犯下伤别人自尊的错误第17章 受到冷遇时, 巧妙对待第18章 用微笑去创造奇迹第19章 表现要不卑不亢第20章 委婉地拒绝第21章 勇于认错也是一种风度第22章 适当的让步是必要的第23章 恰到好处地结束谈话第24章 说好“谢谢”不容易第25章 不要与客户争执第26章 对客户不妨慷慨些第27章 珍视自己的诺言第28章 记住别人的名字是对他人的尊重第29章 在异性面前应落落大方第30章 领导与下属之间的礼仪第31章 得体地参加社交宴请第32章 别让醉酒影响你的形象第33章 没有人喜欢被强迫购物第34章 谈判桌上的礼仪第35章 签约时千万别忽视礼仪第36章 演讲的礼仪第37章 迎来送往有礼数第38章 在舞会上展示迷人的魅力第39章 高尔夫的礼仪第40章 工作餐的礼仪第41章 餐后付账的礼仪

<<卡耐基经典商务礼仪全集>>

章节摘录

米高梅电影公司一向以严谨的着装习惯闻名。

该公司的高级职员一般都要穿深色套装和白衬衫，结果人们在看到米高梅公司的人时往往会笑着说：“瞧！企鹅又来了。”

这当然是一句玩笑话。

但作为演艺界这样一个充满活泼、浪漫色彩的地方，米高梅公司为何做如此古板的规定呢？要知道米高梅公司的总经理并不是一个严肃而缺乏幽默感的人，他之所以要求他的职员如此，是因为他明白在很多人的心目中，“好莱坞人”总是嘴叼雪茄的生意人形象，这些人往往喜欢夸夸其谈，给人以很不老实的感觉。

所以米高梅公司试图从衣着上给大众一种稳重的正面形象，以摆脱留给人们的消极影响。

有一次，一位担任大学校长的心理学家向一大群人发出问卷，向他们询问，衣服对他们产生什么影响。

结果，被询问者几乎一致表示，当他们穿戴整齐、全身上下一尘不染时，他们能清楚地知道自己穿得很整齐，而且也可以感觉得到，这表明衣服会对他们产生某种影响。

这种影响虽然很难解释，但十分明确、十分真实。

得体的衣服会使他们的自信心大增并提高他们的自尊心。

他们发现，当他们的外表显得很自信时，他们的思想也比较容易顺畅，他们的表达也更容易取得成功。

他们也就更容易被别人所接受。

形象是社交时的第一印象。

为了给人留下良好的第一印象，请你牢记以下几点：如果你不想成为同行的笑柄的话，你的服装必须合体；如果你不想让同行或客户鄙视的话，你的服装必须庄重；如果你不想让人看出你的性格或爱好的话，你的服装必须是保守的、得体的。

如果男性员工总是不修边幅，穿着宽宽松松的裤子、变形的外衣和鞋子，自来水笔和铅笔露在胸前口袋外面，一张报纸、一只烟斗或一罐烟草把西装的外侧塞得凸了出来；女性员工总是背着一个样子丑陋的大手提包，衬裙还露在外面，别人可能很难对他们产生信心。

看了他或她那个蓬乱样，对方就会认为，穿成这样，肯定他或她的头脑也是乱七八糟的。

我们总是看到那些商界人士西装革履，打扮得体。

那些做销售的人员也非常重视外在形象。

如果你面对的是一个蓬头垢面的家伙，怎么敢买他(她)卖的汽车、房子，或其他什么东西呢？莎士比亚说：“服饰往往可以表现人格。”

在商务活动中，得体的着装能够体现出严谨、专业、训练有素的仪表形象，超凡的仪表形象才能使我们真正做到“衣”礼天下。

大家都想穿出得体的服装。

可是有人说，我就是不知道怎么打扮自己，越修饰越糟糕。

这里，我们先了解一下着装的基本常识。

我们的服装大致可分为正装和便装两种。

正装是适用于严肃场合的装束，比如工作场合，也可用于参加婚葬仪式、社交活动等。

像西装、套裙、中山装、民族服装等，正装也常被称为职业装，各式礼服、晚会服、酒会服、结婚礼服等也包括在正装范围内。

着正装会给人以庄重的印象，但要注意与自身条件相协调，细心选择款式和面料，要给人舒适感和满足感。

便装是在非正式场合的装束，包括娱乐、休闲、运动、家居的装束，适用于比较轻松的环境。工作场合一般不应穿便装。

着装要特别注重颜色和款式的搭配。

俗话说：“没有不美的色彩，只有不美的搭配。”

<<卡耐基经典商务礼仪全集>>

”色彩体现在服装方面就在于它的巧妙搭配。

P2-3

<<卡耐基经典商务礼仪全集>>

编辑推荐

现代社会，每一个人都或多或少地参与商务活动，那么，不妨细细体味张艳玲编著的《卡耐基经典商务礼仪全集》中卡耐基的商务礼仪信条。

把握每一次商务活动的机会，积极修炼自己得体的商务形象，使自己从商业伙伴的身上学到优长之处，使自己更加完善完美，这应该成为每个人都追求的目标。

<<卡耐基经典商务礼仪全集>>

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>