

<<分享>>

图书基本信息

书名：<<分享>>

13位ISBN编号：9787561335949

10位ISBN编号：7561335946

出版时间：2006

出版时间：陕西师范大学出版社

作者：max landsberg

页数：161

译者：刘祥亚

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>

<<分享>>

内容概要

20世纪末，英国麦肯锡公司发起一个有关“分享”的培训项目，旨在加强员工的职业素质和个人竞争力。

项目推行后，得到了麦肯锡员工的一致好评。

本书作者作为该项目的负责人和麦肯锡资深董事，在综合了25年培训经验的基础上，将此项目完善成书，该书迅即成为商业领域的经典培训教材，译成14种语言畅销全球。

本系列分为《分享》、《激励》、《领导》三册，是三本饶有趣味的书。

本书是以故事的手法，点出职场中出现的问题，并配以理论和实践。

每章都包括三部分：第一部分，情景描述；第二部分，理论；第三部分，实践。

在书中，主人公被委以重任，他在工作中不断出现问题，随着故事的层层深入，人们可以清晰地看到这些问题其实就出在自己身上。

那主人公是怎样解决的，自己又该如何解决呢？书中的每一章节都讨论一种特定的技巧。

这些技能正是个人职业生涯发展的基础，仔细阅读，每个人都会有所收获。

<<分享>>

作者简介

作者：(英)马克斯·兰茨伯格
马克斯·兰茨伯格，国际著名作家兼培训专家。他长期担任麦肯锡咨询公司的董事，负责经理培训和职业发展，是该领域享有高度盛名的权威专家。他曾在英国剑桥大学攻读物理学，并获得斯坦福大学MBA学位，现居英国伦敦。
他的著作是其长达25年之久的为私人、团队和公司提供咨询服务的经验总结，以14种文字畅销全球。

书籍目录

[引言] / 1 第1章 什么是分享 / 1 第2章 提问与告知 / 7 第3章 如何引出反馈 / 15 第4章 纠正对于分享的一些常见误解 / 23 第5章 提供反馈 / 31 第6章 如何组织分享 / 39 第7章 诊断不同风格 / 47 第8章 找出并避免你的分享障碍 / 57 第9章 如何在时间有限的情况下进行分享 / 65 第10章 考虑到其他人的能力和意愿 / 73 第11章 克服受分享者的抵制心理 / 81 第12章 激励 / 89 第13章 意识到文化差异 / 97 第14章 建立一支协作良好的团队 / 105 第15章 关于分享的一些告诫 / 113 第16章 如何向上司提出反馈 / 121 第17章 如何向别人提供指导 / 127 第18章 关于分享的一些总结 / 135[附录] / 147[术语表] / 157

章节摘录

书摘亚历克斯正急得坐立不安。

他刚刚作为一名战略规划经理加入这家公司，到目前为止，他的第一个项目已经进行了一半。

他习惯于搜集许多关于市场趋势的信息，分析大量数据，可问题是，他并不善于撰写简洁明晰的报告——而对于他目前任职的这家公司来说，这却是最基本的能力之一。

经过一番努力，也终于想出了一个他自认为非常有创意的题目：“冰淇淋行业的并购——冷酷的逻辑还是温和的选择？”但是，当他开始构思文章的主体部分的时候，才发现真正的麻烦来了。

“怎么办呢？”亚历克斯深深吸了一口气，站起身来，沿着走廊来到他的上司鲍勃的办公室求助。

“你应该从主要信息开始，”鲍勃说道，“然后列出能够支持这条主要信息的理由——最好分为三点，大多数人都比较容易接受这种形式，你可以不分先后顺序，把这三点一条条列出来；也可以按照一定的逻辑顺序来陈述自己的观点：首先陈述问题，然后谈谈它的影响，最后提出你的解决方案。

好了，先谈这么多吧，我马上要去开个会。

你先把草稿写出来，我们过会儿再讨论一下。

”可鲍勃脱口而出的这一连串指导性意见反而让亚历克斯更加糊涂了，事实上，他根本没法当即弄清对方在说些什么，不知不觉一个下午过去了，他的报告还是没有什么进展。

“说不定莎拉可以帮帮我！”亚历克斯突然想到了莎拉。

她是公司的一位高级营销经理，曾帮助公司把亚历克斯招了进来，而且亚历克斯猜测，自己之所以能够当上战略规划经理，在很大程度上应该归功于莎拉。

莎拉和亚历克斯有很多共同点——他们毕业于同一所商学院，都对直接营销感兴趣，还都是网球。莎拉非常理解亚历克斯撰写报告的难处所在。

“关于冰淇淋行业，你最想说的是什么？”她问道。

“哦，我也不确定我们是否应该进入这个行业，可它看起来很诱人！”亚历克斯回答。

“哦，为什么它很诱人？”“因为人们对于冰淇淋的需求量在不断上升，这个行业的利润率比较稳定，竞争也不是很激烈，而且在过去的5年当中，冰淇淋的价格一直居高不下。

”“我明白了，”她回答道，“在这四点原因中，有没有哪些是重复的？”“是的，价格其实是影响利润率的要素之一……哦……”他激动地说道，“还有成本。

我想我之所以认为这个行业很诱人，是因为：首先，人们对冰淇淋的需求在不断上升；其次，无论是从成本还是从价格的角度来考虑，冰淇淋行业的利润率都是非常稳定的；而且到目前为止，这个行业的竞争也不是很激烈。

”“谢谢你，莎拉。

我想我已经知道该怎么写这篇报告了。

顺便问一句，我该列举原因还是该按照逻辑顺序陈述理由？好像我只是在列举原因……”莎拉解决问题的方法给亚历克斯留下了深刻的印象。

她只用了4分钟——而鲍勃用了2分钟——就帮助亚历克斯勾勒出了这篇报告的大致结构——而且是在她对冰淇淋行业几乎一无所知的情况下！她只是提出了一些适当的问题，就使亚历克斯相信自己能够完成这篇报告，不仅如此，亚历克斯还坚信，如果将来有机会和莎拉一起工作的话，他一定能够从她那里学到很多东西。

当然，莎拉也觉得刚才跟亚历克斯的谈话是非常值得的；因为在她看来，亚历克斯是一个很有潜质的人，如果有可能，她希望能够吸收他加入自己的某一个项目。

关于分享 苏格拉底把自己看成是“理解的助产士”。

在他看来，一个人可以帮助另外一个人去理解，却不能强迫他去理解——就好像助产士一样，她虽然可以帮人接生，自己却不能替别人生孩子。

同样，在进行分享的过程中，指导人员也应该被看成是“能力培养的助产士”，而不是只知道说教的教师。

对于一名分享者来说，你最重要的决断就在于如何向对方提供指导，你可以采用提问的方式，也可以直接下达指示，或者你还可以采用介于二者之间的某种形式。

<<分享>>

你可能会在很多场合遇到这样的问题，比如说在你选择与对方交流的主题时，在你考虑何时向对方提供反馈时，或者是在决定如何帮助对方确定下一步行动时。

在日常工作当中，很多“上司”都喜欢直接或间接地把自己的想法告诉对方——该做什么，怎么做。

可对于一名分享者来说，必须学会通过多种方式来为别人提供指导。

在很多情况下，就像苏格拉底曾经说过的那样，关键的提问要比平白的指示更为有效。

如果说阅读本书能够给你的做法带来改变的话，我希望你能够学会提出一些有价值的问题，而不是一味地发布指示或者直接给出建议，记住，千万不要像鲍勃那样。

先知坐椅的过道门楣上看到了一句话，每当有人前来询问自己的未来的时候，先知总是会用这句话告诫对方：认识你自己。

P9-11

<<分享>>

媒体关注与评论

书评“在进行体育比赛的时候，运动员们很容易确立一个令人激动的愿景。

而在商业世界当中，这样做的难度要大得多，但不管怎么说，无论是在体育比赛还是在商业操作的过程中，将愿景变为现实的过程都是完全相同的。

对于那些希望为自己的团队确立愿景并将其变为现实的人来说，本书无疑提供了非常有用的指导。

”——格雷格·希尔，奥林匹克金牌得主，划艇比赛世界冠军 “马克斯·兰茨伯格成功地向我们解释了激励的艺术，并以其惯有的幽默和洞见为我们提供了许多非常实用的建议。

”——本·坎农，戈德曼·萨克斯公司培训与开发总监 “投资很少是没有风险的。

激励就是其中之一。

这本实用而有趣的读物无疑是最好的激励指南。

”——阿德尔·特纳，英国行业协会前任总监 “在这本书中，正经的理论、机智的实践和实用的模型熔为一炉，丰富生动!它给我带来了无尽的灵感，并在很大程度上改变了我的工作方式，毫无疑问……重新激发了我对工作的热情!”——里塔·克里福顿，Interbnd首席执行官 “在当今这个充满沉重压力和‘截止日期’的世界里，那些对工作充满热情的人显得尤为难得和重要。

《激励之道》就为我们提供了一些非常有用的建议，以及一大堆有趣的故事。

”——卡罗兰·费尔贝恩，BBC公司战略总监 “聪明的人总是在想着如何激励自己身边的人。

本书就是一本关于激励的书。

”——查尔斯·亚历山大，雷曼兄弟公司执行总监 “如果你对如何激励别人很感兴趣的话，那就请读读这本书。

你对此不感兴趣的话，你也应该读读这本书，并准备彻底改变。

”——帕特里克·杜恩，3i plc公司总监 “成功的领导者总是能够激励平凡的人们取得非凡的业绩。

本书就是一本关于如何激励的书。

它将帮助你最大限度地激发与你共事者和你自身的潜能。

”——克里斯托弗·罗德里格斯，布拉德福德和宾利建筑协会首席执行官 “激励的技巧既非领导魅力的较量，也不是一门深奥的学问。

本书有好些令人耳目一新的真知灼见，值得一读。

”——罗杰·赫尔姆斯，马克思&斯宾塞公司首席执行官 “领导才能的核心要素就是激励能力——无论这种能力是天生的还是后天培养的。

对于那些希望培养这一品质的人来说，本书是一本必不可少的读物。

”——卢斯·泰特，PA执行评选主席 “激励同事的技巧是成功经理人必备的资质。

马克斯·兰茨伯格的《激励之道》将轻松的笔法和严肃的推理共治一炉，以一种生动有趣的方式为我们讲述了关于激励的最新研究成果，事实上，阅读这本书本身就是一次感受激励的旅程!”——阿奇·诺尔曼，阿斯达集团前任主席 这本指导手册将起到把雇员转化为团队成员，把老板转变为指导者的作用。

阅读本书，毋须花太多的时间，但效果显著。

马克思·兰兹伯格将故事融入麦肯锡风格的构架中，向经理们展示了有效领导的基本原则。

每一章都为读者提供了一套特定的技巧。

无论公司大小，业务新旧，《分享》将教会人们建立起一个强有力的、相互协作的成功团队。

贝塔斯曼书友会(中国)总经理、前麦肯锡咨询顾问 瓊秉宏 个人如何获得成功?企业如何竞争获胜?领导如何建立一个精英团队，并与他们共享成功的快乐?

《分享——麦肯锡员工培训之道》让我感触良深。

读它吧，无论你想做优秀的企业领袖，还是一名出色的员工!著名企业家、中国经营大师、中国正大青春宝集团董事长 冯根生 麦肯锡以历练精英为已任，它的方法，在让人慕名之时，具有很强的操作性，在当今出版的著作中，这~系列是相当权威的针对个人素质的培训教材。

但如果要学到其中的精髓，读者一定要在著作的指导下，付诸实践。

<<分享>>

出版者只是将全球最好的方法之一提供给你。
能否成为有竞争力的优秀人才，更多地还将取决于个人的勤奋。
管理哲学家、北京大学教授、博士生导师 陈少峰

<<分享>>

编辑推荐

分享源自培训，却高于培训，它是在企业与员工、员工与员工相互尊重的基础上进行知识与经验的传递，以谋求共同发展。

前麦肯锡资深董事全方位揭示个人竞争力之谜。

源自麦肯锡内部人才培养项目，以卓越成效备受推崇。

如何激励和培养你周围的人，提高你的工作效率？

这是一本经典的“实用培训指南”。

在本书当中，作者主要谈到了：如何提供和接收反馈；如何进行有效的提问；如何在分享的过程中组织讨论；如何为自己创造更多的时间等等。

<<分享>>

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>