

<<余世维>>

图书基本信息

书名：<<余世维>>

13位ISBN编号：9787802497702

10位ISBN编号：7802497701

出版时间：2011-1

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：余世维

页数：192

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

已故的企业界管理大师彼德·德鲁克在谈到自我管理时说：决胜21世纪的关键在于自我管理，一个卓有成效的管理者其伟大之处不在于领导别人，而在于管理自己。

因此，对每一个职场人士来说，无论你是董事长、总经理，还是一名普通的员工，都必须重视一个问题，即职业化。

改革开放30多年了，我们中国的企业做大做强的道路还非常漫长，在全球范围内产生影响力的品牌屈指可数，这既有战略方面的原因，也有日常经营管理上的因素，但员工的职业化素养与锻造是其中不可忽视的一环。

我们的产品或服务，总让别人感觉不够职业化，我们的品牌形象、行为习惯总让别人感觉不像那么回事。

背后的深层原因是什么？

根据多年来我在海外和内地为中外企业提供培训和咨询服务的经验来看，主要原因还是在我们的职业化程度远远不够。

在传统观念中，一个人是否敬业就看他上班是否准时，不迟到、不早退，凡事遵从领导的意见就是一个敬业的人。

但我们不能说一个敬业的人，就是一个合格的职业人，职业化的范畴要广泛得多。

<<余世维>>

内容概要

在《余世维：赢在职业化》中，余世维博士结合多年管理实践，旁征博引，围绕如何做到职业化的四大方面进行了深入浅出论述：职业化的工作技能；职业化的工作形象；职业化的工作态度；职业化的工作道德。

四大板块，结构紧凑，讲解生动，针对一些难点问题，余世维博士献上了锦囊妙计，如公司职业化形象的四个要点、个人职业化形象的两个要点、品牌形成的三个阶段等。

决胜21世纪的关键是什么？

管理学大师彼得？

德鲁克认为其关键在于自我管理。

如何进行自我管理？

华人首席管理培训专家余世维博士告诉我们自我管理的精髓是要做到职业化。

作者简介

余世维，博士，华人首席管理培训专家余世维博士为美国诺瓦大学公共决策博士，曾任：日本航空公司中国台湾地区副总经理，美爽爽化妆品公司驻美副总经理，泰华土地开发公司（泰国工业区）总经理，美国富顿集团中国总经理。

余博士授课案例丰富，并提供多种实用的解决问题之工具及技巧，使培训发挥出显著的成效。

余博士有心凭藉“名仕领袖学院”这个平台，集团队的智慧，为发展中的中国企业培养更多的企业领袖。

为中国经济的腾飞，为21世纪成为中国人的世纪而贡献自己的一份薄力。

书籍目录

第一章 职业化水准决定发展水平职业化提升迫在眉睫 / 003职业化的内涵 / 005我们为什么不够职业化 / 007我们为什么还不重视职业化 / 011核心文化决定职业化 / 012如何做到职业化 / 014随处可见的非职业化现象 / 018第二章 职业化的工作技能我们应该有个做事的样子 / 025工作技能专业化 / 027岗位管理规范化 / 029弥补技能上的不足 / 030外企提升能力的做法值得学习 / 031做客户的顾问 / 034要知道更多的周边知识 / 037立场上要从卖方转移到买方上来 / 040要帮助客户买东西 / 041使客户成为永远的客户 / 044给客户一些指导性的建议 / 046介绍产品要说到利益 / 047补充问题一：怎么做才叫有创意 / 050补充问题二：如何才能启发创意 / 051绝对要有自己的工作档案 / 053要重视剪接与整理 / 053要养成信息搜集的习惯 / 055外出考察学习要抓关键 / 057提升与上司沟通的能力 / 057提升自己的职业化能力 / 060和客户说话要简练 / 061使客户有安全感 / 063赢得客户的信任 / 064承担无限责任 / 065第三章 职业化的工作形象CIS：把我们和别人区别开来 / 071公司职业化形象的要点 / 071统一化 / 072标准化 / 074简单化 / 075精致化 / 076个人职业化形象的要点 / 077检讨一：员工的衣着和谈吐 / 078衣着 / 078谈吐 / 083检讨二：见客户前，准备好“配备表”了吗 / 085注意解决问题的方法和效率 / 087注意协调和沟通 / 091学会与上司沟通 / 098第四章 职业化的工作态度用心把事情做好 / 105给客户预期之外的惊喜 / 106用心把事情做到位 / 110做事情不用心的表现 / 111同样的错误要犯好几次 / 112不会主动沟通和关心 / 113养成了坏习惯 / 115满足现状，缺乏创新 / 116没有危机感 / 117不能主动帮助别人 / 121培养职业化工作态度的要领 / 123先帮助别人解决问题 / 123每个员工都要把自己当做窗口 / 124要善于总结、不断反思 / 127不附带处罚的要求是没有意义的 / 129处理表现不好的员工 / 130追求问题的目的是防止再犯错 / 131员工犯错误，领导要承担责任 / 132无论如何，都要坚持优胜劣汰 / 133做对比做好更重要 / 134把小事做精 / 136四个反思 / 137第五章 职业化的工作道德品牌：职业化工作道德的整体意识 / 143品牌不仅是高层关心的问题 / 143精致到每一个部门、每一个环节 / 144品牌形成的三个阶段 / 148第一阶段：喜欢 / 149第二阶段：信任 / 149第三阶段：依赖 / 151品牌的成本 / 151为诚信支付代价 / 151比竞争对手多走一步 / 155品牌在于坚持 / 157保持独特的风格 / 159第六章 上司如何帮助员工职业化自己先职业化，再去要求别人 / 165主管和员工之间的职业化函数 / 168做一个合格的职业化主管 / 169主管就应该“冷”一点 / 170向日企员工学习职业化 / 172职业化主管该如何要求自己 / 173不做第一个破坏规矩的人 / 173要把心思放在工作上 / 174不给自己的懒散找借口 / 176职业化主管该如何要求下属 / 177主管应率先垂范 / 177分工明确 / 179分清先后顺序 / 180从比较容易的地方开始改善 / 181任务量化 / 181要有职业化的督导小组 / 186要有差距意识 / 187

章节摘录

第二，专业化的工作形象。

在职业形象上，你要像是干那一行的人。

比如说，今天你在银行上班，你在外面和别人交流的时候，先不告诉别人你是做什么的，在哪儿上班，让别人猜一猜，如果他能马上猜中你是在银行上班的，那说明你的形象是比较职业化的。

假如对方猜了好几次，都不知道你究竟是做什么的，甚至还把你当成是保险推销员，那说明你的专业化形象比较失败。

你在客户心目中的印象就大打折扣。

你看起来不像你干的那一行的样子，那就不够职业化。

第三，职业化的工作态度。

什么叫职业化的工作态度？

简单地说，就是做事就把事情做好、做到位，力求完美，不留瑕疵。

这种对待工作的态度，就叫职业化或者专业化。

第四，职业化的工作道德。

我一直认为，假如一个品牌没有多年的历史，经受不住市场大浪淘沙般的洗礼，不是市场竞争的结果，那么从严格意义上来说，那就不叫品牌。

像通用、大众、雀巢、摩托罗拉等，长的都有上百年的历史，短的也有几十年的历史，经受住了数次经济萧条、狂风暴雨般的市场冲击，终于挺到了现在，并且发展得非常好，在全世界范围内都有巨大的影响力，这才是响当当的品牌。

而反观我们国内，我们常常说，江苏有这个品牌，广东有那个品牌，上海有另外一个品牌，我们所说的品牌，充其量就是名气比较大一点而已，有的甚至仅仅是在电视上露了一下脸，就说自己是大品牌了，缺实有夸张的成分。

我常常想，我们是不是该改口，不叫它品牌，而叫它牌子。

在全世界范围内，一个品牌没有30年、50年的历史，很难称它为品牌。

这也突显了我们急于求成的思想和浮躁的心态。

<<余世维>>

媒体关注与评论

幽默风趣，深入浅出，表演到位，余世维老师颇具大师风采。

他从来不讲大道理，能完全把“大”道理分解。

紧贴企业实际。

揭示职业经理的成长规律，分析卓越企业的成功秘籍，启迪职业经理心灵，余老师堪称职业人士的人生导师。

——方洪波 广州美的集团副总裁余世维老师上课好听，全场听众精力集中，无人不愿听。

余世维老师的课程密切联系我们企业的实际，有案例、有方法、有观念，便于记忆、利于行动。

且有后续效益产生。

因此。

我们一再请余世维老师上课，总公司请，分公司也请。

——柯达公司余世维博士可谓见多识广，能用一个很小的案例来说明一个很大的道理。

——施卫 联华超市股份有限公司副总经理余老师的每一次课程都带给我崭新的理念，都能使我在管理上找到自己的差距。

企业要良性运转，观念的改变是必不可少的，但像余博士这样能扭转观念的大师却不多。

——朱延杰 恒源祥集团行政总裁

编辑推荐

《余世维:赢在职业化》：职业化问题是我们每个人都面临的问题，职业化水平的高低关系到我们企业能走多远，能做多大，能达到什么水平。

广州美的集团 / 柯达公司 / 联华超市 / 恒源祥集团联袂推荐

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>