

<<斯沃森准则>>

图书基本信息

书名：<<斯沃森准则>>

13位ISBN编号：9787802511804

10位ISBN编号：7802511801

出版时间：2009-7

出版时间：金城

作者：海阔

页数：141

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>

<<斯沃森准则>>

内容概要

2004年，美国军火巨头雷神公司CEO威廉·斯沃森写成《CEO秘密手册》，总结了33条如何成功的“秘密准则”，由该公司印刷后，赠送给员工和客户。

结果，这本手册很受欢迎，截止到2006年已送出了三十多万册。

就连沃伦·巴菲特和杰克·韦尔奇也相当喜欢，据说“股神”巴菲特曾打电话给斯沃森，一口气要了几十本！

而管理大师吉姆·柯林斯(JimCollins)也曾撰文对此手册做出热评。

本书针对这33条“准则”进行极具个性的阐释，解读我们在工作时应遵守的重要方法和原则，同时还与各种生动的实际案例相结合，使之成为一本启发智慧、指导职场和解读成功的必备读物。

<<斯沃森准则>>

作者简介

海阔：

职业描述：营销人、培训师。
现任中电通信电子有限公司直销部总经理。

代表作品：《商战红学：企业成败密码》、《你的老板是哪种人：中国式十三型人格》等。

参与策划：“好记星”、“商务通隐形手机”、“中电通信VEVA饰品手机”、“首届中国连锁药店发展论坛”、“首届中国民营医院发展论坛”等。

人生信条：成功最需要的不是激情，是恒久不变的温情。

<<斯沃森准则>>

书籍目录

序：金融危机年代的自我提升密码第一部分 9把提升业绩的钥匙 业绩提升慢，这是金融危机年代最大的难题。

如果你一直找不对那把解锁的钥匙，尽管你很努力，结局也将越来越糟。

斯沃森准则1：一个人，从书本中读到的东西只能记住1/3，从别人口中听到的东西只能记住一半，但却能够100%记住自己亲身体会和感受到的东西。

直觉并非“白日梦” 不会吃鱼的小虎鲨 斯沃森准则2：当面对旷日持久的难缠问题时，“把它们分割成小问题”，逐一解决。

别把员工当哪吒 一切都有可能失去 斯沃森准则3：当面对组织的一些决策时，试着以比你更高一级的职位来看待它。

这样，你的想法会很快发生变化。

站在山巅看问题 壁虎比恐龙更有实力 斯沃森准则4：做一件事，进去容易，圆满“谢幕”难。

不可为一时之利引狼入室 慎待对自己1200.....有利的协议 斯沃森准则5：要以书面形式确认自己的指令和对方的承诺，千万别想当然地认为事情一定会得到落实。

“签字画押”是个好办法 通天塔为什么建不起来 斯沃森准则6：对一个运转良好的企业，承诺、日程表、评估是重要的工具——不要以这样的惯用语作为借口：“因为有太多不确定因素，我不能对它作出评估。

” 靠什么逆风飞扬 承诺是一剂苦口良药 斯沃森准则7：要乞求听到坏消息，而不只愿意听好话。

。 好的消息不一定真实 乌鸦为何成为“搬家狂” 斯沃森准则8：要养成用最简单的词语表达想法的习惯——“电梯式演说”是此种能力的最佳案例。

简洁和亲和力缺一不可 “派头”是装不出来的 斯沃森准则9：介绍事情的规则应是：当你向对方介绍时，要假定大家都知道真相，还要采用相应的合适的方法。

你并非世上唯一的聪明人 偏见是魔鬼 第二部分 6个决定成败的阳光心态 阳光心态是指积极、豁达、机智的一种心理状态。

深刻而不浮躁，谦和而不张扬，自信而又亲和，一个人，只有具备阳光心态，才能和他人紧密合作，不断壮大力量，从而笑傲职场。

斯沃森准则 10：要注意被你忽略的东西。

许多人知道如何改善业已存在的事情，但很少人能看见缺失了什么。

学会嫁接“圈外”经验 老鼠的儿子为何不会打洞 斯沃森准则11：在做自己的本职工作时，不要观望等待；要努力和他人一起跟进，确保任务能够如实完成。

宁吃眼前亏也别观望 假如狮子不吃羚羊 ... 斯沃森准则12：当与公司外的人打交道时，要记住：你永远代表着你的公司，尤其要注意你的承诺。

不可随意“惊曝”内幕 世上最后一棵玫瑰 斯沃森准则13：永远不要惧怕尝试新事物。

谨记：一个业余人士往往可以建造一艘躲过洪灾的诺亚方舟，但一大群专业人员却建造出了一艘泰坦尼克！

“不专业”不成功 迷信“行业惯例”的鸵鸟 斯沃森准则14：不断评估事态的发展，以确保实际成果与预期相符，避免任其“自由”发展。

诸葛亮天生“能掐会算”吗 ... 事事讨巧误大事 斯沃森准则15：坚忍不拔指的是即使在面对困难、经历挫折、受到冷落的情况下，毅然坚持的品质。

千万不能做一个虎头蛇尾的人！

坚持是最好的秘诀 坚忍与顽固是两码事 第三部分 5个减少与他人摩擦的思维模式 在工作生活中，如果不改变那些容易产生内耗的思维模式，对自己、对他人、对集体，就都无异于慢性自杀，团队迟早会曲终人散。

斯沃森准则16：绝不要直接向上司投诉。

在对方还没有做出反应前，就直接把投诉“抄送”给其上司，这是一种对他人很严重的冒犯。

<<斯沃森准则>>

越级投诉后患多 谁该进地狱 斯沃森准则17：当决策时，赞成总是比反对更容易，然而，对两方面的意见老板都需要了解和思考。

“零概率”风险也是风险 老套路“出牌”误大事 斯沃森准则18：要为一个你可以对其讲实话的老板工作。

记住，你不能选择自己的家人，但你可以选择自己的老板。

第一时间向老板讲出真相 畏首畏尾让你走向深渊 斯沃森准则19：不要忽略你是在为老板工作的这一事实。

要向老板随时报告情况。

不管老板需要什么，只要不越界，都应该优先满足。

不要抱怨“这不是我的工作” 平台不分大小都是机会 斯沃森准则20：不论你最初被安排的任务是多么卑微和琐碎，都要尽你最大的努力去完成它。

做好琐事才能做大事 一个泥水匠的目标 第四部分 13个提升个人竞争力的小细节 千里之行，始于足下，提升个人竞争力，还要从一些“鸡毛蒜皮”的小细节入手。

斯沃森准则21：要学会说“我不知道”。

如果用得恰到好处，就会得心应手、习以为常。

勇敢地说“我不知道” 做“专才”比做“通才”更重要 斯沃森准则22：一个人如果对你友好但对服务员或他人粗鲁无礼，他就不是一个值得交往的人。

（这条规则永远有效。

） 权力换不来魅力 心胸不能小如杯子 斯沃森准则23：实践证明 别把自卑错当低调 死后才出名的悲剧 斯沃森准则24：如果你没受到过批评，可能意味着你一直是毫无作为。

想做事就不要惧怕批评 小和尚的修炼 斯沃森准则25：不要把你的时间浪费在无用的事情上。

要事第一 不完美的结果强于无结果的完美 斯沃森准则26：不要胆怯，大声说出自己的观点，并努力推销你的想法。

撕掉平庸的标签 冲破束缚的“容器” 斯沃森准则27：在任何情况下，都不要失去幽默感。

越困窘越幽默 把筐里的梨全咬一口 斯沃森准则28：努力使你的口头和书面报告都做到简洁、明了。

不可只做“流水账” 麻雀的难题 斯沃森准则29：要格外注意陈述的准确性。

说话模棱两可会误事 大师讲故事 斯沃森准则30：培养快速、果断做决定的习惯。

用果断把坏事杀死在萌芽中 先射击，后瞄准 斯沃森准则31：要享受工作，因为你的情绪会在工作中体现得一览无余。

在职场中，没有人喜欢一个坏脾气、爱抱怨的同事。

越抱怨越有压力 倾听别人口斥不到的声音 斯沃森准则32：在紧急情况时，不能冲动、暴躁，一定要保持平心静气。

发脾气是可以压住的 苏格拉底的三个学生 斯沃森准则33：像爱护自己的名声一样爱护公司的声誉。

用真诚打造公司的声誉 像爱家一样爱公司 附：“斯沃森准则”参考原文

<<斯沃森准则>>

章节摘录

第一部分 9把提升业绩的钥匙斯沃森准则1：一个人，从书本中读到的东西只能记住1/3，从别人口中听到的东西只能记住一半，但却能够100%记住自己亲身体验和感受到的东西。

心理学家发现，对于那些不讨人喜欢或心怀不轨的人，婴儿们见到他们后，会马上做出正确的直觉判断，表现出反感厌恶的情绪，用哭闹等方式来保护自己。

但人类进入文明世界后，太多的伪科学、强权、世俗偏见等干扰了人们的直觉，于是，我们错误地坚信：只有以理论、公式、道德伦理、名人言论等为依据，所做出的理性推理和分析才有价值。

但实际情况却是，这些推理和分析，往往与事情的本质相差十万八千里。

直觉并非“白日梦”温杰是一家营销公司的老业务员，公司一直代理销售OTc药品，可近两年，受大环境影响，销量一直下滑。

不久前，温杰所在的公司代理了一家医药企业的一种药品，这种药品对治疗青春痘较有效。

可代理合同期限到了后，那家医药企业见该药品在温杰的公司销售火爆，便收回代理权自己经营了。

温杰的老板见此情形，便想模仿那个药品的配方做一款有祛青春痘功能的日化产品。

于是，他建议要与另一家企业合作生产一种祛青春痘香皂，这样既不违反与原来那家医药企业所签协议的规定——合作结束后两年内不准生产同类产品，又可以重新吃到这块被夺走的蛋糕。

建议一提出，公司的几个核心业务员都拍手赞同。

可温杰却坚决反对。

温杰说：“我是个粗人，没上过大学，讲不出什么大道理。

但我在这行做销售十多年了，凭我的直觉，肯定行不通！

”大家都笑他，说：“你以为这是泡妞，可以凭感觉行事！

”温杰说：“如果你们想要理论的东西来证明我的直觉，我可以找人来弄。

”于是，温杰果真自己花钱请了几个化工大学的博士生，做了一份详细的市场调查报告，要让老板知道日化行业这潭水到底有多深。

这份报告果真证明了温杰的观点：日化是国内起步较早的行业，现在是国内最成熟的行业之一，市场壁垒特别难攻破。

报告上分析说，在世界上，这个行业的巨头之一是宝洁公司。

该公司成立于1837年，年销售额近765亿美元。

而荷兰人和英国人共同创建的联合利华公司也有相当大的市场占有率。

这两个巨头在全世界所向披靡，许多中小公司虽然在渠道、促销、广告上都有创新突破，但在与巨头的抗争中还是纷纷败下阵来，不断被收购。

如果要进入这一行业，一是必须具备营销管理经验，二是需要巨额的资金投入，否则，公司会存在很大风险。

在铁的事实面前，老板头脑不再发热，开始犹豫起来。

而竞争对手却没理会这些，见温杰他们迟迟没有行动，就抢先和温杰的老板看好的那家企业进行了合作生产，可结果败得特别惨。

温杰凭直觉使公司摆脱了一次风险，立了一次大功。

大家纷纷向他请教培养直觉能力的经验，温杰道出了自己的秘诀：秘诀一：把经验总结写出来，为直觉提供“原材料”。

直觉思维是指一个人能在短时间内调动自己的全部知识经验，通过丰富的想象；做出敏锐而迅速的假设、猜想或判断。

从表面上看，它是一瞬间的思维火花，但实际却是一个长期知识经验积累的结果。

在平时的工作和生活中，我们要善于分析总结，养成把自己的经验写出来的好习惯，并经常翻看。

这样就有了形成灵感的“原材料”。

秘诀二：对那些“没有实据可查”的想法不要轻易否定。

直觉思维是无意识的，不按事先规定好的步骤前进，而是从整体出发，用猜想、跳跃、压缩思维过程的方式，直接而迅速地做出判断。

<<斯沃森准则>>

它并不像有些人想象的那样，是异想天开，做“白日梦”。

所以，它要求一个人对自己重点研究或观察的事物有整体上的把握，不能只拘泥于细枝末节，更不要觉得“没有实据可查”便轻易否定。

在生活中，许多人都无法像温杰那样，无论受到多大质疑，都坚定地相信自己的直觉。

他们常常因为自己贫穷、矮小、地位低下等原因，把自己的直觉看得一文不值。

无论在工作还是日常生活中，都过于迷信权威、专家、资深人士，对他们的言论和著作奉若神明，不敢越雷池一步。

有的人虽然相信自己的直觉，可因惧怕权势，或想做老好人，故意不说出自己的真实感受。

这种做法是十分不明智的，同那些在灾难来临时，把头埋进沙子里的鸵鸟一样愚蠢。

不会吃鱼的小虎鲨有一只小虎鲨，被人类捕捉到。

离开大海的小虎鲨还算幸运，被一个研究机构给买走了。

研究人员把小虎鲨关在人工鱼池中，定时把一些活鱼送给它吃。

有一天，研究人员把一大片玻璃放到池中，把水池隔成两半。

然后，研究人员把活鱼放到玻璃的另一边。

小虎鲨见到有鱼放了下来，急忙冲过去吃，结果却撞到了玻璃上——小虎鲨看不出前面有玻璃。

几次试探之后，小虎鲨被撞得头昏眼花，却什么也没吃到。

这时研究人员便把一些死鱼放到小虎鲨眼前让他吃。

几个月过后，研究人员把小虎鲨放回海里，可跟踪小虎鲨的科研人员却发现：小虎鲨已丧失了捕食能力。

人的直觉也是与生俱来的，但如果长时间不挖掘运用，也会和小虎鲨的捕鱼能力一样，会退化甚至被遗忘。

现在，心理学界大都把直觉叫成“第六感”。

多年前，“第六感”还只是艺术家发明的一个名词，并不被心理学界所承认。

至于普通百姓，就更不太相信其真实性了，觉得是艺术领域的人在胡说八道。

但近几年，心理学家和生物学家通过一系列精准的实验表明，人体除了有视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉等五个基本感觉外，还具有对机体未来的预感。

生理学家把这种感觉称为“机体觉”、“机体模糊知觉”，也叫做人体的“第六感觉”。

如今，社会的各个方面都在发生巨变，我们在不断充电学习，知识和能力越来越高。

但面对一些复杂的情形时，我们依然不警完全离开自己的直觉——因为它能帮助我们综合利用自己以往所有的经验和知识，进行迅速判断。

这种能力，是上天赐给我们的礼物，是真正能笑傲江湖的绝世武功。

如果不积极利用，慢慢就会像那只小虎鲨一样，连如捕鱼这样的看家本领都退化殆尽了！

斯沃森准则2：当面对旷日持久的难缠问题时，“把它们分割成小问题”，逐一解决。

在经济形式下滑的时候，我们在做事时总会出现这种情况：本来平时按常规可轻松解决的工作项目，此时却久拖不决，有时还会出现泥牛入海的状况。

为此，许多企业的领导层也总是责怪自己的员工：“这么好的机遇你都没有抓住，以后我怎么还敢把事情交给你来做！

”领导者的这类论调，使员工的信心备受打击。

要想解决难题，最好的方法是：把一个任务分成若干小问题，做出时间表，分段来完成。

同时，在我们执行第一段工作任务的时候，就要努力找到解决下一阶段问题的办法。

别把员工当哪吒罗康是一家公关公司的项目经理，不久前，他们接到了一家高档私立学校的公关项目。

私立学校要求：在开学前的一个月，对学校要进行立体化的包装宣传，并保证学生的入学人数要较去年增长8%，这样才能得到公关项目的全部报酬。

因为金融危机，公司进行了较大力度的裁员，项目组只有四个员工，时间紧，任务又重，罗康十分发愁。

为了能迅速见效，罗康给部门的四个人做了任务分工，要求他们各司其职，分头行动。

<<斯沃森准则>>

乔玲：负责广告设计制作。

苏珊：负责媒体宣传策划。

李蒙：负责广告、软文发布。

程敏：负责路演、说明会等公关活动。

可一周过去了，尽管大家像老黄牛一样，任劳任怨，经常加班到深夜，可工作的进展还是很缓慢。

最大的难题是：因为金融危机，大多数家长都捂紧了腰包，如果公关活动做得没有新意和冲击力，就根本无法达到学校的要求。

经过认真思考，罗康发现了工作中存在的问题，并及时进行改变。

罗康决定，将四个人的工作分为四个阶段来进行：第一阶段：广告设计制作。

第二阶段：媒体宣传。

第三阶段：路演、说明会。

第四阶段：广告、软文发布。

每个阶段都由最初分配任务时的负责人做组长，其他人辅助组长工作。

为了帮助大家能改变原来的工作方法，罗康还给大家制定了解决难缠问题的三大原则：原则一：不追求十全十美。

在金融危机的大形势下，团队不要总是拿以前的工作业绩做参照，这样是很难做到的，也许为了这种无谓的完美，会白白耗费大量的时间和精力。

原则二：每天挤出一小时去处理难缠问题。

金融危机来临时，由于公司裁员，团队每个人都身兼数职。

事情一繁杂，大家往往会本能地忽略那些难缠的问题，转而去做那些轻松的工作。

如果每天能强行挤出一个小时的时间，专心致志地去处理难缠的问题，事情会很快得到解决。

原则三：团队同事之间不使用“大概”、“等抽出时间再说”、“我正等待对方的回复”这些话。

模棱两可的表达方式会造成问题积累和拖延。

要把上述这三句话改成：“我调查一下”、“我马上挤出时间”、“我马上催对方做出答复”。

因为工作分段进行，在一段时间内，大家能集中精力团结互助，共同应对难题，公关活动终于很顺利的完成了，而且达到了预期的目标。

现今社会，不少人受西式文化的影响，倡导自信独立的个性。

这一文化优点很多，但副作用也不少。

比如，大家总是容易高估自己或同事的能力，把他们想成是拥有三头六臂的哪吒。

通常，我们很难像罗康那样，在短时间内发现自己和同事的弱点并及时进行调整。

这倒并不是因为当代人天性傲慢自大，真正的原因在于，我们对自己的优劣势认识得不是十分明确。

<<斯沃森准则>>

媒体关注与评论

蜕变。

《斯沃森准则》一书在最恰当的时间问世，给我们提供了最恰当的启发与引导。

——瑞年集团董事长、总裁 王福林 《斯沃森准则》这本书能帮我们从别人的失败案例中学到教训、成功案例中吸取到经验。

——多维集团董事长 汪龙 在经济低迷、职场竞争白热化的今天，《斯沃森准则》是职场人士进行自我充电的最佳工具书。

——橡果国际集团美容化妆品事业部总经理 邢凯 企业高层如何人性化、高效率地管理员工？员工如何迅速提升自身的素质、在竞争中脱颖而出？

《斯沃森准则》是一本以化解职场和商界矛盾冲突的好书。

——管理专家，北大纵横管理咨询公司合伙人 马

瑞民

<<斯沃森准则>>

编辑推荐

《斯沃森准则:33个让你脱颖而出的工作智慧》深受沃伦·马菲物、杰克·韦尔奇赞誉的成功定律。

<<斯沃森准则>>

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>