第一图书网, tushu007.com

<<领袖的风采>>

图书基本信息

书名：<<领袖的风采>>

13位ISBN编号：9787121075896

10位ISBN编号：712107589X

出版时间：2009-1

出版时间：电子工业

作者：易发久

页数：277

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

领袖是什么？
是危难时一往直前的人，是拼搏时永不言败的人，是失败时决不放弃的人，是帮助别人谋取幸福的善者，是泰山压顶从容谈笑的智者，是百折不挠、敢打敢拼的勇者！
本书名叫《领袖的风采》，是作为我的同名主讲课程“领袖的风采”的配套教材而面世的。
在过去的11年中，“领袖的风采”课程获得了诸多荣誉：被称为中国领导力第一培训教程，中国管理咨询界的第一个原创产品，中国学员连续满意率最高的课程之一，中国参训人次最多的课程之一。
这些纷至沓来的荣誉，让我深感自豪的同时也觉得压力倍增：中国有千千万万想成为领袖的企业家和精英，我该怎样做才能为他们加速实现梦想尽一份力？
鉴于我的培训课程比较高端，所以昂贵的学费将许多人挡在了课堂门外。
为了弥补这种遗憾，我特意精心编写了这本书，它将“领袖的风采”课程精髓全部融入其中，并做了更深、更广的拓展。
可以说，它虽脱胎于课程，却又高于课程；它是课程的浓缩，抓住了课程的精髓。
相信它的出现，会和这堂“中国最具震撼力的培训课程”相得益彰，帮助更多有志于成为领袖的人走向辉煌！
真正的领袖，自有一种常人不及的风采。
他高贵而不高傲，儒雅而不迂腐，坚定而不固执，平易而不盲从。
他像大海，也像高山，站着是一棵树，倒下是一座桥。
他因为所思、所想而让人钦慕，也因为所做、所为而让人敬仰。
这些品质不是与生俱来的，而需要一重一重地修。
企业家如何一步步从优秀走向卓越，正是本书要详细诠释的内容。
本书共分为4篇，即道篇、术篇、器篇和魂篇。
第一部分为道篇。
一家企业只有拥有正确的价值观、相同的团队共识，才能创造一支卓越的团队。
要想成为一家企业的领袖，如果没有能力去打造一个卓越的团队，那么首先要学会追随一支卓越的团队。
因为单打独斗的时代早已过去，现在是崇尚集体打拼、团队精神的时代。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书通过大量实用的案例、工具和表格，从“道”、“术”、“器”和“魂”四个角度，详细讲述了企业价值观、企业家的9种理念、个人成功与企业成功之间的10种关系、企业家的11种顶尖商业思想、企业家的7种实战杠杆和从优秀到卓越的9重洗礼等内容，为企业总裁等高层管理人员提供拿来即用的工具、方法、技巧和策略。
本书语言浅显易懂、深入浅出，工具易学易用，是一本实用性极强的训练与自我修炼手册。

作者简介

易发久，影响力教育训练集团董事长，中国培训协会理事长，上海江西商会副会长，上海市演讲学研究会常务理事、培训专业委员会主任，“中国培训论坛”组委会执行主席，影响力商学院院长，上海师范大学教授。

1989年毕业于江西大学。
第2年南下珠海创业，公司的房地产项目投资规模一度达9000多万元人民币，后公司在“房地产泡沫期”中宣告破产。
1995年年底，只身来到上海，开始人生又一次白手创业，创建“影响力训练”机构，并使其成为培训界知名品牌，使公司业绩持续7年以每年2～5倍的速度增长。

曾亲自为近3000家知名企业（包括130余家世界500强在华企业）提供专业训练。
其课程学员满意率连续5年统计结果均超过97%，其中2005年为99.52%，创下了培训界的奇迹。

首创“影响力标准授权课程”及“中国企业培训师专业资格认证标准”，致力于为中国企业普及必修课程，2001—2005年连续5年被多家企业及媒体公选为“中国十大杰出培训师”。

2003—2005年连续3年受邀成为“亚洲八大名师”论坛的荣誉主讲师，亚洲最受欢迎的培训师之一。
2006年被人民日报社《市场报》授予“中国品牌建设十大杰出企业家”称号。

2007年被教育部中央教育科学研究所培训中心及中国人才研究会教育人才专业委员会共同评为“2007中国教育培训界最具影响力人物”。

著作有《成功一定有方法》《不是不可能》《基本功》《领袖的风采》（DVD）《杠杆管理》（DVD）《有梦就会实现》（VCD）《学习改变命运》（VCD）《如何规划成功人生》（CD）《决定你一生的21个信念》（CD）等。

<<领袖的风采>>

书籍目录

第1篇 道篇 第1章 企业价值观 1.1 建立企业价值观 工具 企业价值观测试表 案例讨论“皇帝的新装”式价值观 1.2 建立团队共识 工具 企业常用的共识语言表 案例讨论 吴士宏这样打造团结、高效的团队 本章小结 第2章 企业家的9种理念 2.1 成功是因为态度 工具 影响力黄金表 案例讨论 成功是因为态度 2.2 我是我认为的我 工具 训练成功思维的常用方式表 案例讨论 我是我认为的我 2.3 我是一切的根源 工具 思维模拟路线图制作方法表 案例讨论 5 000件变成了100件 2.4 不是不可能 工具 测试你是否是一个喜欢找借口的人 案例讨论 “胆大包天”的王均瑶 2.5 山不过来，我就过去 工具 “山不过来，我就过去”的训练方法 案例讨论 你会如何做 2.6 每天进步一点点 工具 周一平批评会 案例讨论 一颗铁钉灭了一个帝国 2.7 决心决定成功 工具 测试你是否是一个有决心的人 案例讨论 李健熙用决心塑造了威严果敢的形象 2.8 天助自助者 工具 寻找机遇的4种建议 案例讨论 中小企业应该这样营造机遇 2.9 太棒了 工具 训练“太棒了”思维的方法 案例讨论 失败有助于成长 本章小结 第3章 个人成功与企业成功之间的10种关系 3.1 解析成功 工具 制定目标的SMART原则 案例讨论 史泰龙的成功历程 3.2 成功的标准：大与小，对与错 工具 事业成功率测试 案例讨论 什么是成功 3.3 1比5的关系：个人所得与剩余价值 工具 测试自私的程度 案例讨论 薪酬是跳槽的第一诱因 3.4 劳资关系：合作与双赢 工具 人格魅力的4个方面 案例讨论 把员工当做合作伙伴 3.5 个人与企业关系：小河与大河 工具 卓越团队的24种特质 案例讨论 企业要成功，先让员工成功 3.6 用庸才与用人才：担心员工成功与鼓励员工成功 工具 企业家必备的三项技能 案例讨论 如何帮助员工成功 3.7 留住员工：企业家关心的问题与员工关心的问题 工具 员工最关心的问题 案例讨论 替员工解决难处 3.8 企业家的宿命：创业与守业 工具 创业的心态 案例讨论 只有创业没有守业 3.9 后路与绝路：员工跳槽与企业家抓狂 工具 员工跳槽率测试表 案例讨论 惠普防止员工跳槽高招 3.10 发展速度：企业发展与个人发展 工具 企业发展速度与个人发展速度测试表 案例讨论 如此用人 3.11 和谐的合作关系：职业生涯规划 工具 个人职业生涯规划表 案例讨论 帮助员工成长就是帮助企业成长 本章小结 第2篇 术篇 第4章 企业家的11种顶尖商业思想 4.1 生产人 工具 离场测试——企业家培训“接班人”的七大神奇操作步骤 案例讨论 经理出差后 4.2 几何增长定律 工具 动力100顾客管理工具表 案例讨论 昆山沪光实现“几何级增长” 4.3 风险逆转 工具 使用风险逆转策略的3点注意事项 案例讨论 风险逆转的实际案例 4.4 后端收益 工具 策划后端收益时的注意事项 案例讨论 先赔本再赚钱 4.5 粘性法则 工具 运用粘性商业思想的6种方法 案例讨论 利用给顾客的回报改变顾客的消费行为 4.6 聚焦原则 工具 有效聚焦的两种方法 案例讨论 品牌战略管理的聚焦原则 4.7 以结果为导向 工具 以结果为导向的6个要点 案例讨论 柳传志的以结果为导向思维 4.8 插上互联网的翅膀 工具 企业家有效利用互联网的4种技巧 案例讨论 阿里巴巴模式 4.9 长尾理论 工具 长尾的启示 案例讨论 成功的“长尾” 4.10 “轻”企业 工具 外包的四大原则 案例讨论 耐克——超级品牌运营商 4.11 让资本“动”起来 工具 资本运营的5种途径 案例讨论 吃“休克鱼” 本章小结 第3篇 器篇 第5章 企业家的7种实战杠杆 5.1 思杠杆——头脑风暴法 工具 头脑风暴法的10步操作程序 案例讨论 运用头脑风暴法解决通信电缆上的积雪 5.2 文化杠杆——快乐基金 工具 读懂员工话语中的隐性“不可能” 案例讨论 价值600万美元的一堂课 5.3 诊断杠杆——修路原则 工具 需要修路的常见现象 案例讨论 利用修路原则做出一流产品 5.4 激励杠杆——行动力按钮 工具 增强员工行动力的6种方法 案例讨论 希尔顿酒店的行动杠杆 5.5 教练杠杆——猴子管理 工具 猴子管理4招 案例讨论 学会猴子管理的语言 5.6 裂变杠杆——离场测试 工具 离场测试的最高境界 案例讨论 离场测试是管理人员能力的试金石 5.7 效率杠杆——六点优先工作制 工具 六点优先工作制表 案例讨论 忙而无效的企业家 本章小结 第4篇 魂篇 第6章 感悟——从优秀到卓越的9重洗礼 6.1 使命关 工具 创造良好团队氛围的措施 案例讨论

富有使命感的马云 6.2 信念关 工具 如何改变信念 案例讨论 坚定信念，直到成功 6.3 意愿关 工具 成功公式的演变 案例讨论“中国的犹太人”的成功 6.4 生死关 工具 为奋斗而准备自测表 案例讨论 面临生死抉择 6.5 金钱关 工具 企业家必须具备的4种“头脑” 案例讨论 个人捐资超3亿元的企业家 6.6 荣辱关 工具 企业经营的执行力策略 案例讨论 三明治是这样“成名”的 6.7 责任关 工具 感悟责任测试表 案例讨论 致全体浙商灾后重建倡议书 6.8 意志关 工具 感悟意志测试表 案例讨论 传奇人物严介和 6.9 爱 工具 对爱的感悟测试表 案例讨论 张瑞敏与“爱” 本章小结 第7章 实践 7.1 消化与吸收 7.2 重新规划成功人生 工具 梦想白板 7.3 自我计划 7.4 团队训练计划 7.5 爱的分享 本章小结 后记 附录

章节摘录

第1章 企业价值观1.1　建立企业价值观本节要点1.什么是企业价值观2.为什么要建立企业价值观3.如何建立企业价值观4.企业家的价值观体系1.1.1　什么是企业价值观企业价值观就是企业决策者对企业性质、目标、经营方式的取向所做出的选择，是企业全体员工接受的共同观念，是企业全体员工一致的价值取向。
它一般有以下几个特点：企业全体员工共同持有而不是一两个人所持有；能支配企业全体员工的思维方式并规范其行为；是长期积淀的而不是突然产生的；是有意识培育的而不是自发产生的。
每家企业都有自己的价值观。
例如，英特尔公司在中国的核心价值观是和中国共同成长，主要体现在：①与中国的学校合作，以推动中国教育创新为核心理念；至2011年，英特尔公司未来教育项目在中国培训的教师总数将达到170万名；资助国内高校的100余个联合研究项目，并帮助100所国内高校建立实验室。
②英特尔公司也与“建设新农村”活动找到了最佳结合点，英特尔董事会主席克瑞格？
贝瑞特博士曾到河南省许昌市鄢陵县姚家村姚树新家进行考察。
③推动中国经济发展，帮助中国由’“中国制造”转向“中国创造”，是“和中国共同成长”战略方针的重要组成部分。
④英特尔公司在中国提出了“服务社区，共创和谐社会”的观念。
总的来说，企业价值观是企业文化的核心，是把所有员工联系到一起的精神纽带，是企业生存、发展的内在动力，是企业行为规范制度的基础。
价的，就是企业文化、使命感和价值观。
”价值观不仅影响着个人行为，还影响着群体行为和整个组织行为。
即使客观条件相同，由于人们的价值观不同，也会对同一个事物产生不同的行为。
在同一个单位中，有人看重工作成就，有人看重薪资待遇.也有人重视权势地位，这就是不同价值取向的表现。
在同一个规章制度下·如果两个人的价值观不同，那么他们采取的行为肯定不同，对实现组织目标的作用也会不同。
惠普公司创始人威廉·休利特曾说：“回顾一生辛苦，我最自豪的可能是协助创设一家以价值观、做事方法和成就对世界各地企业管理方式产生深远影响的公司。
”重视企业价值观是惠普的一贯传统。
当初惠普和康柏合并，最重视的不是机构的重建、人员的调整和流程的梳理，而是两家不同文化和价值观的企业能否有机融合。
因为只有文化融合了，两者结合才能产生1+1>2的效果，这样的合并也才有意义。
根植于一家企业的核心价值观会随着时间推移而变成一种不可动摇的信念，变成了一种核心竞争力：一种不可模仿、不可替代的“秘密武器”。
可见，不同的价值观决定着企业及其员工如何衡量自己的价值、如何看待未来，从而决定了企业的发展前景。
总的来说，企业价值观一般有以下几种作用：·使企业的经营有方向；·使企业的奋斗有目标；·使企业的员工有归属感；·使企业的价值能够得到体现；·使企业的团队产生凝聚力，使企业更有感召力。
作为香港最具规模的建筑业上市集团，香港新昌营造集团（以下简称新昌）在人才聘用上，除了要求求职者的专业必须符合企业所需外，更多的是考查求职者的诚信及对企业价值观是否认同。
新昌认为，即使有些人才的专业技能很强，但如果其与企业“诚实廉政、品质优良、服务至上、创意无限、贡献社会”的价值观不相符合，或者其职业发展目标和企业发展目标存在很大的距离，从而使双方无法实现融合和促进，那么新昌是不会聘用这种人才的。
总之，企业的价值观决定着企业的发展方向，影响着员工的行为并为员工提供了强大的精神支柱。
企业价值观能使员工产生一种神圣感与使命感，鼓舞着他们为实现崇高的理想信念、宏伟的奋斗目标而努力拼搏。

企业价值观是企业理念的最本质内容，企业理念的其他内容都以它为基础展开。
1.1.3 如何建立企业价值观企业在建立自己的价值观时，一般要经过三个过程，即梳理、形成和执行。
1.梳理每家企业在发展过程中都会不自觉地形成一种企业价值观.这种价值观可能对企业发展有利，也可能不利，但无论如何它是客观存在的，很多中小企业对自己是否有价值观或者价值观是怎样的等问题存在模糊的认识。
企业在确定建立自己的价值观时可以先做如表1-1所示的测试。

后记

通过15年时间的沉淀和将近1年多时间的思考后，我决定写作并出版这本书。
为什么不说是整理而说是写作呢？
在我的认识中，整理就是把过去式的东西拼凑在一起；而写作则是将已有的一切推倒重来。
推倒不容易，那是心血和汗水，毕竟它们给自己曾经带来过许多荣耀和辉煌啊！
可重构更不容易，它不但要有自我反思的勇气，还要有与时俱进的思维。
这本书的框架就是在这样的基础上构筑的。
几次闭关写作，一些书里的先哲，才暗中指引并教给我以不同的途径来尝试解开这个难题。
是的，一本真正的书，一定和这个作者的命运紧密地联系在一起。
从我刚出道开始涉足房地产所遇到的坎坷，到只身来到上海寻求发展，再到今天的影响力培训事业，几乎每一天都在用生命书写着这本《领袖的风采一企业家从优秀到卓越的9重洗礼》。
无数次的痛苦打击必将引出无数次的凝神思索，我从成长中除了体验到社会关系远比管理关系还要复杂得多外，还悟出了人生的另一个道理，就是：人的每一次转折和每一次定位，如果你不依赖于社会的发展和进步，到头来它必将成为一句空话。
在历史的长河中，个人的痛苦其实算不了什么，跌宕的职业生涯，摔倒了爬起来，只要你还有身体和智慧，你就一定还会有重生的机会！
做一位领袖真的很难！
不管做别人的领袖还是做自己的领袖，要么不选择，选择了就要有心理去面对失败与痛苦。
同时我相信，每位领袖的智慧也来源于失败：这不是耸人听闻，只有善于从失败中总结出教训的人，才能带领他的团队横扫荆棘，直抵目标。
我记得我的第一场“领袖的风采”是作为激励、沟通和团队建设的课，讲给夜校的学生听的。
那时我为了谋生存，去夜校兼职讲课，每小时30元的报酬，由于后来被评为王牌课程才稍有增加。
直到一个偶然的机会，我才把它变成销售人员和基层管理者的公开课。
随着8次重大改版，这个课程取得巨大成功。
从1999年至2007年，它走进了三星电子、可口可乐、惠普、均瑶集团、东方希望集团、强生、华硕、长虹，中央电视台等大家庭。
至今，授课已经突破500场次，总人数也高达34万多人次。
在130余家世界500强在华企业的专业训练中，学员的满意度连续5年统计结果都超过了97%，创造了训练界的奇迹。
这样一来，一个更加大胆的构想产生了：为了满足学员的需要，为了让更多的人来接受培训，把教育转化为成长财富，我决定把单一的“领袖的风采”变成一个领导力管理体系！
于是就有了“魂、道、术、器”四大躯干，有了一套完整的高层管理模式，也有了今天这本书。
我没有想到我的梦想这么快就变成了现实。
过去，在阅读先哲孔子，伟人毛泽东、邓小平，管理大师威廉一戴明、爱德华一拉泽尔、弗雷德里克一泰勒、彼德一德鲁克、菲利普．科特勒、安东尼．罗宾的时候，就常常这样想：他们的思想为什么能延伸几十年甚至上千年？
他们的历史观和战略眼光为什么这么大气而深远？
他们的管理理论又为什么能给世界带来这么大精神力量？
要是，这些巨人的雨突然下到我的头上呢，于是，我一边想他们，一边就有了构建自我未来的设想。
那便是我“领导力管理系统”之后的又一最新基础理论“生产人的理论”。
不远的将来，唯有把人变成“商品”，变成市场，现代化体系中的最大动力才能全面启动。
那一天的到来，谁又能说不是一种欣慰呢？
任何管理理论的构建，我想应该都是在强烈形态特征下进行的。
如果每个人都能深入地理解，其意义和价值肯定是不言而喻的。
随着人类世界的扩大，从领导人到生产人，教育产业就会不断壮大，管理的奇迹就会真正发生。
本书应当是一个开始。

大家一看便知，我在本书里已经营造了一个管理的世界，这些工具和案例全都建立在每个人的愿望之上，我相信读者拿回去就能用。
这是我与1000多家企业对话的结晶，在这个基础上，我还与业内100多位同仁进行了反复的交流，旨在让企业的心与员工重新结合，让管理生涯发生根本性改变。
如果本书能够成为领导者的寄托，那就是我所期待的。
目的只有一个，就是为企业找到解决问题的答案。
能完成本书的写作，与白沙先生的支持是分不开的。
他是我事业中的一个好伙伴，同时也是我思想上的一个贵人，在一种使命的召唤之下我们走到一起，我们共同碰撞，相互理解，并拥有了一份对事业的情感。
从本书的定位，到资料的收集，再到许多诚挚的见解，处处都显示出他学术的严谨和对朋友的真诚。
另外，他是一位真正的研发领袖，他带领他的团队3年来一直忘我地工作，最终促成了70本影响时空管理丛书的出版。
我深信，这套书会留给这个世界一笔精神的财富。
这才是“领袖的风采”的实战篇，亦是对该书的最好诠释。

媒体关注与评论

我深深震撼，《领袖的风采》让我们认识到，我们每个人都可以那么棒！
——东方希望集闭总裁 刘永行　　《领袖的风采》给我们太多的感悟，迄今为止，它是对我内心最大的一次冲击！
——百丽集团总经理 盛百椒　　分众从狂奔到持续发展，此时学习至关重要，影响力将帮助分众应对更快的发展和更大的挑战！
——分众传媒CEO 江南春　　我已经听了易教师的课五遍，《领袖的风采》会影响我的一生。
——德国AMC厨具公司亚太区副总裁，林俊青

编辑推荐

《领袖的风采:企业家从优秀到卓越的9重洗礼》语言浅显易懂、深入浅出，工具易学易用，是一本实用性极强的训练与自我修炼手册。

第一图书网, tushu007.com

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