

## <<为什么给别人打工>>

### 图书基本信息

书名：<<为什么给别人打工>>

13位ISBN编号：9787212056568

10位ISBN编号：7212056561

出版时间：2012-8

出版时间：安徽人民出版社

作者：马克斯·兰茨伯格

页数：234

字数：171000

译者：卞学光

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>

## <<为什么给别人打工>>

### 内容概要

马克斯·兰茨伯格通过25年的培训经验，总结出一个公式，让世界500强的CEO们将之奉为圭臬——领导=愿景×感召×动力。

在本书中，马克斯·兰茨伯格将这一公式分解开来，融入到一个具体的故事中。

主人公经历了职场上的浮浮沉沉，并运用书中所传授的领导技巧攻克了一个又一个难关，逐步地成长为独当一面的领袖人物。

马克斯用他独有的幽默，将轻松的笔法和严肃的理论相结合，为我们讲述有趣故事的同时，也给我们提供了一个可选的建议——每个人都可以成为领导者，只要你愿意，并利用这一公式。

## <<为什么给别人打工>>

### 作者简介

马克斯·兰茨伯格，著名领导力培训专家。  
他曾先后就读于英国剑桥大学和斯坦福大学，长期担任麦肯锡咨询公司的合伙人，负责对麦肯锡英国公司的咨询顾问进行培训。  
他关于领导学的著作被翻译成14种语言，畅销全球。

## <<为什么给别人打工>>

### 书籍目录

#### 译者序

代序：成为领导你还差几步？

——CEO到底干什么

前言：领导，而非管理

第1章 VIM 公式：愿景 × 感召 × 动力

领导者与“管理者”的不同之处就在于，领导者具有创造共同愿景和激发组织斗志的能力。

第2章 领导技巧：形势、手段与特性

只要你想，你就可以设法改变自己的个人特性——设法变得更富有“领袖气质”。

第3章 变革前奏：重点、紧迫和派别

在发起重大改革之前，出色的领导者总会花上一段时间观察现状、听取意见和了解团队成员的真实想法。

第4章 打造团队：有益惯例和不良惯例

作为一个团队，我们的使命是使这家公司稳定下来。

同以往相比，这就需要更多的合作。

第5章 愿景：赋予意义

在对目的地和路线没有愿景的情况下，很少有——即便有的话——方案能被领导。

第6章 愿景：推销与收获

在从其他人那里获得更多看法的同时，领导者会抓住一切机会来“推销”其愿景的新原型。

第7章 愿景：雕琢技巧

领导者一直在构思和“软推销”自己的愿景。

不久他就要向公司更完整地推出自己富有远见的改革方案。

第8章 感召：赢得信任

只有当领导者在他的团队中赢得了信任这一激励他们的基础时，他才会取得显著的成效。

第9章 感召：关键支持

当领导者接近真理，真正要实施改革方案时，他必须坚持要求：“请支持我。”

第10章 感召：创新地强化梦想

领导必须不断重申强化愿景中的精华部分。

这么做的挑战在于，如何使这些信息每一次都富有新意和激动人心。

第11章 动力：唤醒员工主动性

“发挥主动性的欲望”既塑造了组织文化，同时也为组织文化所塑造。

第12章 动力：激励进展

能干的领导者不会只是静坐反思，相反，他会把大部分时间用于和其他人进行面对面的交流。

第13章 动力：开拓道路

## <<为什么给别人打工>>

能干的领导者会留意出现的障碍，并亲自（或间接）采取行动迅速清除它们。

### 第14章 庆贺与紧迫感

领导者的方案始终存在着实施不力的危险——如果相关人员没有考虑给予足够投入的话。

### 第15章 成为员工表率

从一开始，关于领导者的传奇就在朝或好或坏的方向孕育和发展。

### 第16章 吸引注意力

能干的领导者善于抓住人们对其建议和方案的注意力。

他“总是站在阳台上”。

### 第17章 不只是管理

在大多数组织中，真正的领导者所面临的一项重要任务就是培养其他的领导者。

### 第18章 扮演好每个角色

出色的领导者能够扮演各种各样的角色。

这就像他有很多名片，每张名片对应一个角色。

### 第19章 灵活选择技巧和时机

出色的领导者时刻注意，是否有对本书前些章节列出的行为方式进行重新排序的必要。

### 第20章 领导者的权力手段

只有在领导者行使权力，或它的近义词“影响力”时，他的领导才能够有效。

### 第21章 文化推动力

一种文化不可能一蹴而就。

不过出色的领导者每天都会试着给组织的文化添砖加瓦。

### 第22章 自我领导的VIM

你未来的成功可能会以你没有想过和没有计划过的方式到来。

不过，据说运气总是偏向那些有准备的人。

结语

附录

致谢

摘要与每日一览表

## &lt;&lt;为什么给别人打工&gt;&gt;

## 章节摘录

案例：蒂克诺尤公司是一家经营惨淡的广告公司，它聘用亚历克斯担任执行总裁，就是为了挽救自己。

不过亚历克斯上任的第一天并不顺心。

当然，亚历克斯原本应该是更加自信的。

刚刚过了而立之年，以名列前茅的成绩毕业于商业学校，在一家工作了八年的消费品公司担任过高级职务，他有理由更加自信。

不过，他却放弃了与前雇主共事所拥有的那份安逸。

面对着摆脱大公司桎梏的诱惑，他欣然接受了由自己担任领导的机会。

同时，考虑到他的朋友似乎都在创办自己的网络公司，亚历克斯觉得他也应该舍弃这份安逸，去进行商业冒险。

亚历克斯被别人管理得太多太多了，现在他想证明自己完全可以成为一名领导者。

可是，由于道格——蒂克诺尤的客户总监——不停地向他泼冷水，亚历克斯开始认识到今后所要面对的是巨大挑战。

同广告界相比，亚历克斯刚刚离开的那个行业似乎要斯文得多。

“你把这个叫做计划？”

道格挥舞着那份令人不快的文件，终于吼了起来，“这只不过是一份封皮精美的Excel 电子表格！”

这种东西也许能帮助你挽救一家消费品公司，但在广告业却一点用都没有。

广告业的主题是人！

“亚历克斯强压怒火，没有理会道格挑衅性的凝视，也忍住了没有再提那份‘复兴计划’——这份计划可是亚历克斯上任一个月来辛辛苦苦整理出的结果。”

亚历克斯知道道格也想当执行总裁。

为了表示友好，并指望他对道格的信任会促成彼此之间的和解，亚历克斯特地送给道格一份计划的样本——还有一份样本则送给了创意部主管桑德拉。

“这只不过是一串数字——目标、比率和期限，”道格坚持说道，“没有人会为了一个该死的比率而全力以赴。”

用数字描述也许有用，但用数字领导却不行！

“我非常欣赏你的……”直率，亚历克斯回敬道，“我会向董事会陈述你的意见。”

不过，让我们先弄清楚一件事，”他断然说道，“我并不介意你满口的牢骚，甚至也不介意你的大吼大叫。”

不过，下次你最好能再加上一些有用的东西。

我们还有六个月的时间来使这家公司起死回生，顶多六个月！

但我一个人做不来，你也一样。

我们必须齐心协力。

所以，让我们达成一个协议，我们可以冲彼此大吼大叫。

不过，只有——只有当我们能提出一些建设性提议的时候，我们才可以这么做。”

道格离开后，亚历克斯用手指敲击着他的办公桌，陷入了沉思。

那天下午亚历克斯还要与极具创造力的桑德拉会面，他预料到会面肯定会有麻烦。

但他希望道格有更大的容人之量。

道格主管那些与客户直接打交道的客户负责人。

亚历克斯更习惯于“复兴计划”中所固有的目标和管理规定。

再想想其他主管，亚历克斯都不知道对他们应该抱有什么样的期望。

特里主管媒介——主要负责购买电视广告时间和杂志中的短小专栏。

当他看到这份计划时，他一定会支持吗？

## <<为什么给别人打工>>

弗兰克主管策划——主要做市场分析和消费者调查。

对于那些数字和比率，他一定会觉得很自在吗？

卢克主管信息传达——保证其他部门按时获得各种广告活动的信息。

他又会有什么样的反对意见呢？

然而，当亚历克斯和桑德拉会面时，他却大吃一惊。

亚历克斯问桑德拉对计划有什么意见，她含糊地答道：“我想这个计划也许有用。

”

亚历克斯问道，他几乎不敢相信自己这么快就赢得了这家公司颇有影响的一位主管的支持

，那么，在你看来，我们可以实现这些目标？

“噢，我并不了解这些目标，”桑德拉答道，“这些目标和数字，我们一直都是交给财务人员负责的。

毕竟，数字是由小人物负责的。

“但这可是挽救整个公司的计划呀，”亚历克斯喊道，“你是公司中最重要的的人之一——没有你，我们实施不了这个计划——对于这些具体目标能否实现，想必你一定有某些看法？

“对不起，亚历克斯，我确实没什么信心。

那份计划全是数字，但这家公司的真正挽救之道在于突破。

一项真正富有创造性的计划。

一项令公司有所收获的计划。

事实上，我们需要增加经费，而不是减少经费。

亚历克斯最终放弃了谈话，回到了自己的办公室。

他拿出掌上电脑，查起了他的前同事兼顾问迈克尔的电话号码。

也许这一计划确实需要做更多的工作，当亚历克斯准备打电话征求迈克尔的建议时，他这么想道，也许这一计划中数字和管理的成分太多，关于如何领导却涉及不足——这一计划没有足够的想象力，也不够振奋人心。

在他拿起电话前，电话却响了起来。

打电话的是财务主管斯蒂夫。

“银行刚刚打电话说想和我们碰个面。

他们想要我们偿还贷款，即使这意味着公司得关门。

领导力的本质 领导力的本质是在一群人中创造出愿景、感召和动力的能力。

领导人们的不是计划和分析，而是愿景、感召和动力的统一体。

就真正出色的领导者而言，其所作所为几乎都是围绕着创造愿景、感召和动力——运用不同的技巧来创造统一体的各个要素。

1. 愿景：对组织的未来和实现目标的途径的积极描述。

为了创造出共同的愿景，领导者总是渴望获得新颖的想法，这些想法还要符合组织的战略。

此外，领导者还应十分精明以至于能够产生好的想法。

不过，问题的关键在于，领导者还要有足够的想象力，将这些想法转变成激起兴趣、富有意义、切实可行的描绘和表述。

2. 感召：组织中个体的感召，是促使人们有所作为的力量。

领导者运用处理人际关系的技巧，来激励自己的下属，帮助他们认识到可以从实现目标的过程和目标的实现中获得怎样的收益。

领导者还帮助自己的部属认识到“道成了肉身”。

3. 动力：组织的计划方案的动力，是支撑组织到达目的地的力量。

通过运用自己的能量和解决问题的技巧，领导者使任务沿着正确的方向前进。

在所有这三个方面，真正的领导者均能获得极大的成功。

愿景家不是领导者，如果他不能激发部属的斗志。

动力维持者也不是领导者，如果他不能创造出共同的愿景。

## <<为什么给别人打工>>

所以，无论是对小团队，还是对大公司而言： 领导=愿景&times;感召&times;动力 在这个统一体中，正如我们所要看到的，领导者与“管理者”的不同之处就在于，领导者具有创造共同愿景和激发组织斗志的能力。

&hellip;&hellip;



## <<为什么给别人打工>>

### 媒体关注与评论

领导者创造历史，而非历史创造领导者。

缺乏领导者的时代，社会往往停滞不前。

当有勇有谋的领导者巧妙地把握良机改善现状时，进步就随之出现。

——美国第33任总统 杜鲁门 人们常常会在某些具有理念的领导者的影响和引领下，投身于其所信奉的事业，恪守这些伟大的理念。

他们只有在领导者身上看到这种理念的化身后，才会全身投入。

——美国微软公司创始人 比尔·盖茨 马克斯·兰茨伯格成功地向我们解释了领导的艺术，并以其惯有的幽默真知灼见为我们提供了许多非常实用的建议。

——戈德曼·萨克斯公司培训与开发总监 本·坎农 投资很少是没有风险的，领导能力在其中起到至关重要的作用，这本实用而有趣的读物无疑是最好的领导指南。

——英国行业协会前任总监 阿德尔·特纳

## <<为什么给别人打工>>

### 编辑推荐

1个公式，3步战略，世界500强CEO的黄金法则。  
99%的领导者都来自打工仔。  
你要坚守的只是一个梦想，一种气场，一份执著！

<<为什么给别人打工>>

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>