

<<性感的公司>>

图书基本信息

书名：<<性感的公司>>

13位ISBN编号：9787308095891

10位ISBN编号：7308095894

出版时间：2012-2

出版时间：浙江大学出版社

作者：赫苏斯·维加

页数：177

译者：陈吟

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>

<<性感的公司>>

前言

事实上，我至今无法忘却我的前女友。

关于“她”的那些美好的回忆，如同残留的花香将我包围，而那些令人心痛的回忆，如今已轻如云烟，无法再让我受伤，剩下的只有愉快的回忆和我从她身上学到的东西。

毋庸置疑，那时我们的关系是何等亲密。

她的性格、做事风格以及所有的行为都强烈地吸引着我。

在与她相遇的那一瞬间，我的心便被她夺走了。

除了她，我无法集中精力思考其他的问题。

我的脑海里充满的全是她。

自己的世界被她一个人占据，这甚至让我有些气恼。

…… 本书将着重从经验来进行阐述，因为我并不是一个企业经营顾问，书中大部分都是我的个人经历。

由于这是一本经营类的书，所以我会告诉大家如何去赚钱，如何用最令人感到兴奋、也是最直接的要素——“官能”——去赚钱。

<<性感的公司>>

内容概要

“性感”和“公司”这两个看起来毫不相干的字眼，要如何联系在一起？

本书阐述了一个崭新的企业管理理念，即让企业成为人，成为一个兼具美貌、智慧与个性的人，去诱惑它的股东、员工和客户，让他们坠入爱河，魂牵梦萦。

怎样做才能让企业具备人的特性呢？

“这些公司在行动时必须基于这样一个信念：对公司来说，最重要的是客户、员工、股东、供货商……是‘人’。”

作者凭借多年在全球知名企业的人力资源管理经验，详细例举多家公司案例，阐述了性感公司的特征和技巧。

<<性感的公司>>

作者简介

赫苏斯·维加，毕业于西班牙IESE商学院。
曾先后在惠普和西班牙最大的银行桑坦德银行担任人事部经理。
后进入ZARA的母公司Inditex集团担任人事部总监。
意大利博科尼大学理事会成员，并在该校担任多项课程的讲师。
同时担任多家企业的商务顾问和主管。

<<性感的公司>>

书籍目录

序言

第一部分 什么是性感的公司

第一章 新时代的种子

第一节 严肃的最后堡垒

第二节 感官的炼金术

第三节 三个臭皮匠赛过诸葛亮

第四节 教育这颗禁果

第二章 新时代

第一节 自由的时代

第二节 多项选择的时代

第三节 机会均等的时代

第四节 邂逅新时代

第三章 虽然这不是性的话题

第一节 性感的公司vs性产业

第二节 广告与色情

第三节 不同却并不对立的世界

第四章 性感的公司

第一节 什么是性感的公司

第二节 为何要诱惑

第三节 官能的效果

第二部分 性感公司的特征

第五章 形象的价值

第一节 一家性感的公司的故事

第二节 形象的价值

第三节 性感的公司与公司总部的形象

第四节 个性

第五节 关注细节

第六节 销售网点

第七节 产品设计

第八节 专业的形象

第六章 智慧的力量

第一节 性感服务的智慧

第二节 用行动来表示

第七章 个性

第一节 朝气——发展的秘密

第二节 谦虚——隐藏欲望的行家

第三节 自信——并非我们无能

第四节 激情——永不熄灭的火焰

第五节 积极参与的价值

第三部分 性感公司的另一面

第八章 欲望

第一节 欲望的萌芽

第二节 成功扼杀了欲望

第三节 欲望与共同的人生计划

第四节 欲望与报酬

<<性感的公司>>

第五节 欲望会传染

第六节 欲望的控制

第七节 裸体的公司

第八节 性感的公司与欲望

第九章 诱惑

第一节 看着对方的眼睛

第二节 保持宽容

第三节 保持神秘感

第四节 保持紧张感

第五节 成为故事的叙述者

第六节 亲密且直接地与人接触

第七节 独特且真实

第十章 不要让热情冷却

第一节 贞洁的规则

第二节 性感的公司虽然保持贞洁，但也有选择离婚的勇气

第三节 打破常规

第四节 无性的爱与无爱的性

后记

<<性感的公司>>

章节摘录

另外还有一点，就是我们的大脑大部分是受感官支配的，可以说其感受范围是无限大的，因此我们既能感知到刊登在报刊上的那些直观的、能够勾起我们欲望的性感图片，也能感知到那些抽象的美与性感。

“公司”与“性感”这两个分别存在于显意识世界与潜意识世界里的完全不同的关注点，是牵引我们日常生活的最强劲的动力。

但它们之间真的有共通之处吗？

让我们换个角度来看这个问题。

全世界所有的公司的目标都是诱惑员工和客户，以达到销售自己产品和服务的目的。

这样一解释，估计有些人就会惊呼道：“没错，我们公司就是这么做的！”

其实这没什么好奇怪的，下面我想问大家几个问题。

员工和客户对你的公司着迷吗？

他们是否对公司有感情？

除了工资与合同以外，是否还有一些其他的感情上的牵挂？

如果你的答案都是“是的”，那么恭喜你，这简直太棒了。

如果你的答案是“不是”，那也没什么可担心的。

因为你所在的公司和其他大部分公司一样，无法吸引大部分的员工和顾客，只能怀着疑惑和憧憬，羡慕地看着少数成功的例子，想着要如何能在提高业绩的同时，掌握“贤者之石”，以牢牢抓住那些要求日益提高、开始变得“花心”的员工和客户。

说句实话，到目前为止，已经找到“贤者之石”的公司屈指可数，也许苹果公司、ZARA（飒拉）和星巴克就在其中。

这些公司在迷恋自己的专业人员的帮助下，深刻地认识到潮流的走向与社会的剧烈变化，并快速地将这些变化征兆转化成商品推向市场。

而这一过程又给那些公司的股东们带去了令人羡慕不已的利润，并且这些公司有着各自不同的过人之处。

苹果公司讲求的是创新；ZARA是能够及时发现客户的需求并提供相应的产品；星巴克经营的不是咖啡，而是一种感觉，一种如在自己家中的舒适感。

这些成功的公司通常都会被当做案例，被用来进行学术研究和理性分析。

人们试图通过对这些公司的研究，找出哪些商品和服务是受欢迎的，这些公司当时采用了何种市场战略，它们都是什么类型的公司……可令人感到惊讶的是，从来没有人对如何得出以上结论的研究过程进行分析。

比如，这些公司是如何培养专业人员的决断精神的？

引领这些公司走向成功的公司文化是如何形成的？

事实上，比起“做了什么”来说，研究和分析“如何做”更能让人了解一个成功公司区别于其他公司的关键所在。

苹果公司、ZARA及星巴克正是如此。

他们非常注重如何做，并在此问题上形成了各自不同的特点。

再以英国的维珍集团（Virgin Group）为例，它的业务范围从化妆品到航空公司，向市场提供完全不同的产品和服务。

对于维珍集团来说，卖什么东西并不重要，东西的种类也不重要，因为他们卖的并不是产品上的标签，而是感动。

而维珍集团之所以能够做到这一点，正是因为它创造了依靠员工的感觉和感动来带领公司的环境。

只有当公司不断地审视自己，把人的要素放在优先考虑的位置，并且建立起贴近客户、员工、股东及供应商的人性化基础时，成功才会顺其自然地到来。

没有什么比“性感”更人性化、更强有力了，对吧？

无论怎么说，我们仍然感觉“性感”一词与“公司”格格不入，因

<<性感的公司>>

为“性感”毕竟是属于隐私范畴的词汇，这种话题只能与爱人或极为亲密的朋友分享，而并不适合拿到职场上来认真讨论。

在职场上顶多也只是谈一些普通的笑话或逸闻趣事。

在我个人的印象里，如今那种弥漫着夸张的严肃气氛的机构只有两种，一种是公司，另一种就是宗教团体。

我之所以使用“夸张的”来形容这两种公司，是因为这两种机构归根结底都是由人组成的，却没能反映出应有的“人性”。

我之所以将公司和宗教团体称为严肃的“最后堡垒”，是因为过去与之类似的很多严肃的机构，如今已经变得不那么严肃了。

政府就是其中一个典型的例子。

在过去的日本政界，只有绷着刻板表情，穿着泥浆色的西服，说着艰涩难懂的政治语言，才能算作一个合格的政治家。

因为当时的政治家们和公司经营者及宗教人士一样，认为如果表现出人性的一面，就会暴露出自己的弱点。

可如今我们看到政治家们的形象已发生了很大的改变。

他们毫不犹豫地展现出自己普通人的一面，甚至愿意将过去作为隐私部分的一面公之于众。

比如个人的兴趣爱好，与家人欢聚一堂的样子，运动时的样子，以及幽默感。

这些政治家之所以这样做，是因为展现人性化的一面，可以增加他们的亲和力，并拉近与民众之间的距离。

如今的政治家们也必须学会诱惑他人，让对方对自己着迷并与自己心心相印。

虽然我不是政治学的专家，但我认为20世纪一个成功的政治家留下的最成功的印象，不是他实施了何种政策，而是他展现出与国民相同的人性，或许约翰·菲茨杰拉德·肯尼迪与托尼·布莱尔就是最好的例子。

下面让我们回到公司的严肃性这个话题。

希望大家想想自己国家有哪些知名的公司、企业家和经营者，该公司是否有人曾表明过，他的工作是诱惑你，让你处于疯狂的热恋状态。

最后我们会发现，像这样的人在社会的其他领域里比比皆是，可为什么在公司里就不多见呢？

或许有人认为商界是不需要玩笑的，他们主张野心、贪欲、计划性、领导力、事事精明、完美主义……除此之外，没有人性的容身之地。

在商业公司的世界里，没有爱、魅力、宽容、幽默以及自由等的容身之处。

但是只要我们注意观察，我们就会发现，不知是有意识还是无意识，一定会有人希望通过公司的活动来满足他人的需要，帮助他人解决问题；也有人通过诚实劳动，为解决他人的问题而提供商品或服务。

难道公司存在的目的就只是为了金钱和利润吗？

当然我们不能忘记公司的最终目的确实是为了获得利益。

那么结婚的目的又是什么呢？

难道是为了繁殖后代吗？

如果你们对婚姻的最终目的抱有怀疑的话，为什么不能对公司的最终目的表示怀疑呢？

当然，作为一个公司必须提高自己的利润，并且利润当然是越多越好。

但与此同时，公司也是在这里工作的员工实现自我价值的手段，为社会创造财富与服务的场所，更是让客户获得快乐的契机。

如果没有这些，那公司的存在还有什么意义呢？

所以我一直都感到非常困惑，为什么在公司这个世界里不能有人性的味道，而且还要尽量将这些人性隐藏起来。

在公司里，我们通常提交的都是排除情感的数字、统计、报告书及简洁且没有人情味的行动计划。

所谓的专业也就是说把弱点和感情隐藏起来。

但是，隐藏在每个工号后面的个人情感真的无所谓吗？

<<性感的公司>>

如果工作涉及客户的感受时该怎么应对呢？

过去一直有这么一个定论，就是只要销售人员给人感觉好就行，而且只有员工不指望在这家公司再上一个台阶时，才会表现出个人情感。

我觉得自己是一个幸运儿，因为我曾经在西班牙最好的三家企业工作过，并且还有在跨国企业工作的经历。

我有幸获得了把自己所相信的思想写书发表的机会，这曾经是我年轻时候的一个梦想，如今这个梦想实现了。

而您购买了这本书，并且正在读这篇后记，那想必您已经把这本书通读了一遍吧？

如果我书中的想法没有达到您的期望，那请您原谅。

如果您觉得这本书的内容太过于简单，或者太过于复杂，或者没有使用非常郑重的语言，不能讨您喜欢，那也希望您能谅解。

但是，如果书中的内容，哪怕只有一小部分想法或经验能够引起您的思考，那我会觉得我是一个幸运的人。

如果在这本书中提到的一部分反面的例子与您的亲身经历相似，或者某个正面的例子给了您新的启示，那我也会认为自己是一个幸运的人。

我和从事同样行业的大多数人一样，一直在思考一个问题。

那就是规则正在改变，而且改变的速度非常快。

有一部分企业已经注意到，性感可以使公司能够更加频繁、更加顺畅地与周围的人打成一片。

因此，我们对这样的公司非常赞赏。

变迁的步骤 有专家说人类不会发生真正的变化。

但是企业可以，因为企业最终只是人类创造出来的东西。

它是由率领这个企业前进的人的智慧、思想、一贯的伦理以及感性组成的。

因此，如果您希望自己的公司成为一家性感的公司的话，您就必须根据书中提到的要素进行转变。

但是，有一件事我们不能忘记，那就是，如果要使公司完全改变，关键是要让性感渗透到企业的内部。

要变得性感，就必须知道什么是性感，感受性感，然后表现出性感。

最后，我还想讲一个小故事，一个爱的故事。

在很久很久以前，海水并不是成的。

在中国有一位年长的贤人，他非常聪明。

他的脑子里装满了各种知识，所以他被皇帝派到全国各地去解决饥荒、疾病以及武力争端等各种问题。

因此，这位老人非常受人尊敬和爱戴，皇帝为了表扬他作出的贡献，赏赐给他许多的财富。

尽管这位贤人拥有了知识、财富和人们的尊敬，但他仍然感觉不幸福，因为他没有爱人。

他把自己的大部分时间都集中在了解决他人的问题上，因此到了晚年，他还是孤单一人。

虽然他没有放弃，但是由于自己年纪太大，所以他决定不在外面的世界寻找陪伴自己度过一生的人，而把目光转向了自家书架上的那些古书。

贤人不停地找，终于在一本古代的魔法书里找到了让盐像拥有生命的方法。

于是，这位贤人请来全国最优秀的雕刻家，用盐雕刻了一尊真人大小的美丽的的女孩塑像。

老贤人决定让她成为自己的女儿。

在一个下着暴风雨的夜晚，贤人独自在城里最高的塔上面对这尊雕像唱起了魔法咒语。

在一次大爆炸后，这尊人像拥有了生命。

这个女孩生来就有着卓越的智慧与丰富的情感。

看着这个女孩儿，年老的贤人终于感到了幸福，他终于有了自己的女儿。

于是，不久他又开始四处奔走，去帮助他人解决各种问题。

在旅途中，贤人教给女儿很多问题的解决方法，教她医治各种疾病。

很快女孩儿的知识 and 才能赶上了贤人。

这一切都让贤人感到非常欣慰。

<<性感的公司>>

有一天，垂死的贤人躺在床上，看着身边流泪的女儿问道：“女儿，你现在还有什么想知道的事情，或者还有什么不明白的事情要问我吗？”

女孩想了想，然后说：“父亲，您还没有告诉我什么是爱呢！”

贤人听了这话，回答道：“女儿，你不要担心，该来的时候，你自然会知道什么是爱。”

贤人在交代完女儿应该要做什么事之后，闭上了双眼。

虽然女孩非常悲痛，但是为了继续父亲的工作，她第二天就踏上了旅程。

经过几年的努力，她和父亲一样成为了全国非常有名的贤人。

数年以后，女孩和父亲一样拥有了知识、名誉和财富，但她也与父亲感受到了同样的孤独与悲伤。

一次，她为了挽救某个国家继承人的性命去了那个国家。

当她在海边散步时，突然听到一个声音在问她：“你想知道什么是爱吗？”

女孩很惊奇地四处张望，但是海边除了她一个人也没有。

她想，是不是自己听错了，于是继续往前走。

但是不一会儿，那个声音又在耳边响起。

“你想知道什么是爱吗？”

女孩儿正感到奇怪的时候，这个声音又再次响起。

“你真的想知道什么是爱吗？”

终于，女孩发现是大海在和她说话。

于是她回答道：“我当然想知道什么是爱。”

大海说：“那么，你到我这里来吧。”

听了它的话，女孩大吃一惊，并且非常疑惑。

“就算我再怎么想知道答案，也不能去你那儿呀。”

因为我是盐做的，如果我去你那儿的话，我会溶化的。”

大海回答说：“可你只有到我这里来才能知道什么是爱。”

“你没听见我说的话吗？”

我是盐做的，并且……” “我听见了。”

但是，你想要知道什么是爱，只有我能告诉你。”

虽然女孩对大海的话表示怀疑，但是她感觉自己非常不幸，无论如何都想知道到底什么是爱，最后她还是投入了大海的怀抱。

毫无疑问，她的身体开始溶化，但是在那一瞬间，这个用盐雕成的女孩终于明白了什么是爱。

也正是在那一刻，海水变咸了。

在这里我想说的是，如果您希望自己的企业成为一家性感的公司，那么您需要像这个故事中的女孩一样勇敢、宽容，并且下定决心后就要付诸行动。

想象一下，当您和您的组织抱有同一个希望，朝着同一个目标努力的话，这种力量是没有界限的，并且是非常强大的。

性感的领导 或许这个问题正在你的脑子里徘徊。

既然公司都能变得性感的话，那领导这个公司的人是否也能变得性感呢？

我自己是否也能变得性感呢？

性感到底要具备什么特征？

我能否学会那些伟大的领导者的诱惑技巧？

什么样的人能够诱惑我们，让我们坠入爱河呢？

所有这些问题我都能够给你一个答案，但是让我们下次找一个机会再谈吧。

……

<<性感的公司>>

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>