

<<玫琳凯谈人的管理>>

图书基本信息

书名：<<玫琳凯谈人的管理>>

13位ISBN编号：9787508614380

10位ISBN编号：7508614380

出版时间：2009-3

出版时间：中信

作者：玫琳凯·艾施

页数：218

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>

## <<玫琳凯谈人的管理>>

### 内容概要

玫琳凯·艾施女士在全球建立了一支现已拥有180万女性的销售队伍，得到了商界和学术界领袖的尊重。

她是怎样获得成功的？

秘密就在这本书中。

在过去这么多年里，经济形势不断变化，全球人口不断猛增，是《玫琳凯谈人的管理》帮助公司获得了成功。

有人说，没有哪家公司能够像玫琳凯公司一样，完全体现其创始人的价值观和信念。

现在你也可以运用同样的管理方式来获得成功。

玫琳凯·艾施女士于1963年创建了玫琳凯公司，她被评为美国最伟大的女性企业家。

她在男性主宰的世界中为女性开辟出了一条新的成功道路。

玫琳凯的事业以“黄金法则”而不是竞争法则为基础。

通过“赞美使人成功”和“三明治策略”——夹在两大赞美中的小批评”等方式，这位出生于得克萨斯的伟大企业家为全球女性创造了新的机会，建立起了资产高达数十亿美元的企业。

《玫琳凯谈人的管理》第一次出版是在1984年。

现在经过修改、更新后首次再版。

书中增加了玫琳凯公司首席们对玫琳凯管理方式的感受。

《玫琳凯谈人的管理》可谓是玫琳凯·艾施生命的传承。

## <<玫琳凯谈人的管理>>

### 作者简介

玫琳凯·艾施，全球最大、最成功的直销企业之一，玫琳凯公司的创始人兼董事长。贝勒大学根据学术调查结果将玫琳凯·艾施评为美国历史上最伟大的女性企业家，沃顿商学院将玫琳凯·艾施评为当代最具影响力的企业领导人之一。玫琳凯·艾施于2001年去世。

<<玫琳凯谈人的管理>>

书籍目录

代序 玫琳凯谈人的管理编者按前言第一章 管理的黄金法则第二章 公司是由人组成的第三章 看不见的讯号第四章 赞美使人成功第五章 倾听的艺术第六章 “三明治”策略——夹在两大赞美中的小批评第七章 做一个言行一致的人第八章 热忱能成大事第九章 领导者的步调就是整个团队的步调第十章 人们会支持他们参与创造的事物第十一章 大门敞开哲学第十二章 助人为成功之本第十三章 坚持原则第十四章 自豪的观念第十五章 切莫安于现状第十六章 勇于冒险尝试第十七章 享受工作的乐趣第十八章 没有销售，一切都不可能发生第十九章 永远不要被规定或自大所蒙蔽第二十章 不要逃避问题第二十一章 减小压力第二十二章 从内部培植人才第二十三章 宜公宜私的黄金法则后记 领袖创造领袖：玫琳凯永续传承致谢

## &lt;&lt;玫琳凯谈人的管理&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 管理的黄金法则 我所指的黄金法则是：“你们愿意别人怎样待你们，你们也要怎样待别人。

”这是《圣经》第七章告诉我们的。

这项黄金法则至今仍然适用；当然，这是对所有的人而言，尤其适合作为人事管理的准则。

很不幸，今天有许多人都认为，这项黄金法则是一种令人厌烦的陈词滥调。

其实，它是人事管理的关键。

在玫琳凯公司，我们对此黄金法则推崇备至，每一项人事管理的决策都根据这项黄金法则来制定。

遵循黄金法则可带来成功 当我坐下来写这本我个人认为公司应该如何运作的书时，我想提供给管理人员的，是如何管理“人”的指南。

身为一个母亲和祖母，我的女性本能，使我想要为我的同事做一些所有母亲都会为子女做的事情——一些对他们有益的事。

由于我有多年为他人工作的经验，我十分了解对人有责任是怎么一回事。

在事业一开始，我即决定采用一种可以激发工作热忱的管理方式。

我发誓自己的公司绝对不能重蹈我曾经经历的覆辙，要对所有的人公平，一视同仁。

我常想：“如果我是这个人，我希望受到什么样的待遇？”

直至今日，每当我寻找人事问题的解决办法时，我总会问自己这个问题。

每当使用这个方法，即使是最困难的问题，也会在瞬间迎刃而解。

我早期事业生涯中的许多不愉快的经验教给了我很多待人之道。

记得有一次，在为期10天由得克萨斯州到马塞诸塞州的巡回销售巴士中，我和另外57位美容顾问以车为家，日夜销售。

那真是一趟恐怖之旅，途中还有几辆巴士抛锚，但我们为了追求彩虹那端的大奖而努力不懈，那个大奖就是——到公司总裁家做客。

但后来变成到工厂参观，那家工厂还不如今日的工厂那么有趣和完善，至少我们的工厂是如此，但我们最主要的目的是见总裁。

当我们最后被邀请到总裁家时，却只被允许在玫瑰花园中走动，根本没有机会和他见面，真令人失望！

不用说回程中，我们58个美容顾问都相当沮丧。

还有一次，我参加了一整天销售讲习，有位销售经理做了一场激励士气的演讲，我很渴望和他握手。

我在队伍中排了三个小时，好不容易轮到我和他见面，但他从未正眼瞧过我一眼，只是从我肩膀上望过去，看看队伍还有多长，他甚至没有察觉到我正在和他握手。

虽然我明白他很累，但我也是一样——在队伍中等待了三个小时，我的疲惫并不亚于他！

我觉得受到了伤害和侮辱，因为他根本没有把我看在眼里。

从那时起，我便下定决心，如果有一天人们排队来和我握手，我将给每一位来到我面前的人全然的关注，不管我自己是多么疲劳！

我很幸运，玫琳凯公司今日已成为一家大公司，我曾多次站在长长的队伍前，和上百位人士握手长达数小时，一旦我感到累了，我总是想起自己从前排队和那位销售经理握手的情形。

记起当时的情景，我便立即打起精神，直视握手者的眼睛，尽可能地说些比较亲切的话，也许只是几句简短的闲谈，如“我喜欢你的发型”或是“你的衣裳漂亮极了”，但我尽可能给予对方全然的注意，而且绝不允许其他事情打扰我。

在握手的同时，我都将对方视为最重要的人。

每个月都有一批业务督导到达拉斯的总部参观，并接受培训计划。

尽管每次都有将近400名女士来接受训练，我总是会抽出一天时间和她们一起上课。

在她们来访期间，我会邀请她们所有人到家中吃些茶点，而且是我自己烘烤的饼干。

我不止一次听到她们说：“玫琳凯，我从未吃过董事长亲手烘烤的饼干。”

## <<玫琳凯谈人的管理>>

“你可以了解，我从未忘记应邀到总裁家却未见到总裁的感受，所以我决心在我家中好好地招待员工和销售队伍。

很明显，让她们了解我是如何生活的对她们是件重要的事，也是她们训练旅行的高潮。

我自己乐于和她们在一起，我也期待她们来参观，因为她们对我是相当重要的。

新任的业务督导们陆续来到玫琳凯达拉斯总部，通过参加为期一周的培训项目，以提升自己的士气。

她们都处在事业发展的关键时刻，在这一周内，她们可以相互认识，和公司管理层合影留念，在玫琳凯的粉色浴缸前摆出各种姿势拍照——自从有业务督导在玫琳凯家中这样拍照以来，这几乎成为了获得好运的象征。

她们还可以享受到用玫琳凯食谱烹制出的甜点。

每个参加培训的人都能够从销售业绩排名前列的人那里得到特别的灵感。

管理人员在升到公司的高层后，往往忘了他们在未提升之前所受的不公平待遇，更过分的是，他们会想讨回来，“我的上司从未倾听过我的私人问题，所以你也不要你的问题来打扰我”或是“我的上司害我得胃溃疡，我也要如法炮制”。

其实，诸如此类的态度只会使人一再犯错。

以我过去的经验，原本可以告诉你们很多故事，但令人惊讶的是，当我一幕幕回想起来，我发现那些管理人员并不像我原先想象的那般冷酷无情且不关心他人。

他们大都是值得尊重、有才干的人，只是他们太相信自己的所作所为都是对的。

他们未能设身处地地为下属着想。

他们未能问自己一个最重要的问题：“如果我是这个人，我会怎样做？”

在玫琳凯公司的销售队伍中，每个人都可以得到不断发展，而不用爬传统的公司金字塔；数百万美容顾问通过直接与顾客面对面的方式独立经营业务。

她们为自己设定工作目标，作为业务督导，必须不断辅导新的美容顾问，以使沙龙健康成长。

“乐施领养”计划 在这个梦想的公司里，我首先希望废除的是地区的划分。

我曾在几家直销公司工作过。

当我跟随丈夫从休斯敦迁到圣路易斯时，我领教了那种不公平的待遇。

在休斯敦直销公司，我每月可赚1 000美元的佣金，那是我花了8年时间来的成绩，结果当我搬迁后，这些全部消失了。

我曾花费极大心血辅导和开发人员的成果让别人平白无故地接管，我真的很不甘心。

因此，在玫琳凯公司，我们没有地域划分，一位住在芝加哥的业务督导可以到佛罗里达度假，到匹兹堡拜访朋友并在那里开拓市场。

不管她住在美国什么地方，新美容顾问所创造的零售额都会纳入那位业务督导的沙龙管理绩效中。

匹兹堡的业务督导将此美容顾问视为自己的沙龙成员，予以辅导；这位新美容顾问可以参加匹兹堡业务督导召开的会议，并参加当地的激励竞赛。

尽管匹兹堡的业务督导在这位新美容顾问身上投入了大量的时间和精力，得到沙龙管理绩效的却是住在芝加哥的业务督导，我们称此为“乐施领养计划”。

现在，玫琳凯有几千名业务督导，她们大多数人的沙龙中都有不在本州居住的美容顾问。

有些人沙龙中的美容顾问甚至遍及十多个州。

在外人看来，我们的做法不可思议，有人会说：“你们的‘乐施领养计划’根本行不通。

“但是，我们的‘乐施领养计划’却进行得很顺利。

每一个业务督导都能从其他城市的美容顾问那里获益，同时她们也在帮助其他沙龙成员，以此作为回报。

其他公司的人问道：“为何每个人要努力发展此项乐施领养计划，而不干脆自己获得沙龙管理绩效？”

我为何要费劲地帮助你的美容顾问登上成功的阶梯，结果却是你在那里坐享其成？

我能从中得到什么好处？

## <<玫琳凯谈人的管理>>

”在玫琳凯公司，许多业务督导领养了上百个美容顾问，却从未有过这种想法。与此相反，她们想的是：“没错，我是在帮她们，可是别人也在其他城市帮我辅导美容顾问啊！”这套制度相当成功，而且据我所知，还没有其他公司有类似的制度。但这种制度必须一开始就建立，如果是在公司成立几年后才采用，就不会如此有效了。

匹兹堡的新成员也可以在其他地方开拓市场。不管她住在哪里，只要她仍在公司的销售队伍中，就可以根据那些地区新美容顾问的销售业绩，拿到公司给予的酬劳金。

1983年，我们公司有5000多位业务督导，大多数都在自己居住地区外开拓市场，给予新美容顾问们提供辅导。

有些业务督导的美容顾问甚至分散在12个州以上。

参观我们公司的外界人士批评说：“你的乐施领养计划是不可能成功的！”

”但事实上，它成功了！

每一位业务督导都有在其他城市的新成员的酬劳金可拿，同时也以辅导其他业务督导的成员作为回报。

当我们开始此项乐施领养计划时，大家都认为不会成功，但我却满怀信心。

我之所以如此肯定的原因是，这项计划的依据是黄金法则。

在玫琳凯公司，我们称之为“乐施”精神。

它来源于“给予”哲学，适用于我们业务的各个层面。

在美容课中，我们不希望美容顾问这么想：“我能卖多少东西给这些人？”

”与此相反，我们强调的是：“要怎样才能使今天出席的人回家后对自己有更好的感觉？”

我要如何帮助她们产生更好的自我形象？”

”我们了解，如果女性对自己的外在感到自惭，其内在会更加贫乏。

我们希望她回家时可以成为更好的妻子、更好的母亲，及更好的社区公民。

乐施精神是一种给予多于索求的精神。

每个月都会有一名业务督导因为富有这种精神而得到美容顾问的推举，获得当月的“乐施小姐奖”。

每年，从各月的“乐施小姐”中产生一位年度“乐施小姐奖”得主。

玫琳凯本人把“年度乐施小姐奖”看成是一项最高的荣誉，这个奖项也因此成为对玫琳凯业务督导的最高认可，成为获奖者极为珍视的荣誉。

我也知道乐施领养计划不是任何行业都适用的，但它可以成为想要建立“帮助他人”哲学的领袖的一种管理模式。

一位优秀的管理人员绝不能眼中只看到钱，把员工仅仅视为利润的来源。

我们把这种精神扩展至整个公司，上至高层主管，下至消费者。

当每个人都愿意主动帮助别人时，自然就会获利。

……

## <<玫琳凯谈人的管理>>

### 媒体关注与评论

“作为玫琳凯公司的领袖，我们要教育、激励、关心美容顾问和业务督导，帮助她们开创宽广的成功之路。

——玫琳凯·艾施 “玫琳凯是最善于激发员工的企业领导人之一，她始终明白员工对于企业的重要性，明白员工能为企业创造的价值。

——万豪国际集团董事长兼首席执行官 J·W·万豪 “玫琳凯知道，当领导把员工放在首位，认可员工的付出时，员工就会表现出众。

——百胜餐饮集团董事长兼首席执行官 大卫·C·诺瓦克



## <<玫琳凯谈人的管理>>

### 编辑推荐

玫琳凯帮助全球无数女性开启了事业成功的大门，让她们可以按照自己的方式开展业务并获得成功。

《玫琳凯谈人的管理》是一本鼓舞人心的管理指南。

书中阐述了玫琳凯以人为本的商业哲学及如何通过真实地对待自我、对待自己的价值观、对待顾客来获得成功。

<<玫琳凯谈人的管理>>

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>