

<<做不可替代的员工>>

图书基本信息

书名：<<做不可替代的员工>>

13位ISBN编号：9787510405105

10位ISBN编号：7510405106

出版时间：2009-10

出版时间：新世界

作者：海默

页数：199

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>

## <<做不可替代的员工>>

### 前言

身在职场，每个人都胸怀梦想。

梦想得到更高的职位，梦想拥有高额的年薪，梦想成为世界500强企业的金领，梦想自己创业做老板…… 这些梦想并不是纯粹的幻想，它们完全有可能能够实现，甚至可能远远超出我们的期望。

那么，我们该怎么做？

花更多的时间工作，提高工作效率，建立更和谐的人际关系……这些就是答案吗？

不！

确切说来，这些都是我们追求的目标。

达到这些目标，能让我们走出“平凡”步入“优秀”，但离“卓越”和“不可替代”还非常遥远。

梦想总是美好的，但现实总是无情地击碎人们的美梦，并时刻把守着成功的大门，把绝大多数人拒之门外。

能让我们梦想成真的，唯有一条路，那就是：做不可替代的员工。

现在，我将面对着全世界的员工，提出以下三个问题：“你是合格的员工吗？”

“是的。

”正常情况下，几乎所有的员工都会这么回答。

“你是优秀的员工吗？”

“应该是吧。

”至少有20%的员工会给出肯定的答案，尽管态度不那么坚决。

“你是卓越的员工吗？”

“嗯，这个嘛……”这一下，很少有人能够理直气壮地说“是”了。

“你是不可替代的员工吗？”

沉默，长久无语…… 估计绝大多数人最终都会给出否定的答案。

“优秀”已经是个相对过时的概念，在激烈竞争的职场，连“卓越”都变得岌岌可危。

你的学历高，还有人的学历比你更高，你的资历长，还有人的资历比你更长，你的责任心强，还有人的责任心比你更强，你的销售业绩好，还有人的销售业绩比你更好。

所以，对于一个员工来说，尽管学历、资历、责任心和业绩都非常重要，但仅仅拥有这些远远不够，你必须尽快尽早地发现和挖掘自己身上的“优势”，把自己塑造成一个“不可替代”的员工。

职场三大步：从平凡到优秀；从优秀到卓越；从卓越到“不可替代”的时代已经到来！

据全球数十家企业管理咨询权威机构近十年来研究成果集中显示：未来100年，最受企业老板欢迎的是什么样的员工？

唯一答案是：不可替代的员工。

未来100年，企业基业长青的秘诀是什么？

唯一答案是：拥有一批不可替代的员工。

未来100年，自己永远能够与企业一起成长的秘诀是什么？

做不可替代的员工。

## <<做不可替代的员工>>

### 内容概要

《做不可替代的员工》通过理论上的精彩阐述和案例上的深刻解读，为你开辟一条由“平凡”到“优秀”、由“优秀”到“卓越”、由“卓越”到“不可替代”的职场之路。

全球金融危机以不可阻挡之势席卷而来，在当今职场中，一方面，众多大、中、小型企业出现危机，裁员成了压缩成本抵御寒冬的最后武器；另一方面，随着大学扩招后患的逐步显现，就业市场“人才”过剩的现象将日益严重。

这两方面的残酷现实直接导致的结果：是找工作的人四处碰壁，有工作的人危机四伏。

就业危机已经来临，只有那些可能成为“不可替代”的员工的人，才有可能找到理想的工作。企业裁员正在进行，只有那些“不可替代”的员工才不会被裁掉，才能升职加薪与公司一起成长。

就业危机已经来临，只有那些可能成为不可替代的员工的人，才可能找到理想的工作。企业裁员正在进行，只有那些不可替代的员工才不会被裁掉才能升职加薪与公司一起成长。

## <<做不可替代的员工>>

### 作者简介

海默，男，畅销书作家，著名励志培训导师，魔法成功学创始人，“大励志”概念的发明者和传播者，资深文化传播策划人，中国国际城市主题文化设计院首席专家。

长期致力于企业员工励志、青少年成长和创业励志的研究、写作与培训。  
著有各类文学作品和励志作品300余万字，系中国作家协会会员。

曾任北京蓝色海岸书业中心总编辑、北京城市浪潮出版中心总经理，现任北京大汉乾坤国际文化传媒有限公司董事长和北京华夏励志馆馆长。

所著《中国城市批判》（文化随笔集）和《户口之痛》（报告文学）分别引发当年中国城市问题和户籍问题大讨论。

《中国城市脸谱》（《中国城市批判》台湾版）畅销港、澳、台，连续十周荣登华文畅销图书排行榜，被台湾评论界誉为“来自中国大陆最尖锐的笔杆”。

曾出任中央电视台经济频道专家评委以及国内各类励志创业论坛和城市营销策划国际性学术会议演讲嘉宾，人物专访、演讲语录及相关报道文字散见于中央电视台、美国国家广播电台、北京人民广播电台、《中国青年报》、《中国商报》和《中国经营报》等100多家国内外一线媒体，并参与过包括中央电视台在内的多家电视台晚会和栏目的撰稿、组织和策划。

现担任“脑内革命书系”（全套30册）总编辑和“做不可替代的员工”全国巡回演讲首席培训导师。

畅销励志著作 《成功没有榜样》 《有一种缺点叫聪明》 《瞄准一只兔子》 《望子成龙》 《望女成风》

## <<做不可替代的员工>>

### 书籍目录

第一章 谁都可以成为“不可替代”的员工第一节 你离“不可替代”有多远第二节 像老板那样思考第三节 像老板那样热爱企业第四节 先过职场“小弟”这一关第五节 在冷板凳上也要守候阳光第二章 “五宗最”让你“不可替代”第一节 老板眼里你最“红”第二节 同事圈里你最棒第三节 上司最离不开你第四节 你的个人招牌最醒目第五节 你是最好的“救火队员”第三章 好心态助你“不可替代”第一节 性格决定命运第二节 态度决定高度第三节 拥有一颗感恩的心第四节 成败只在一念间第五节 一起开创大场面第六节 管好自己的情绪第四章 有才有德方可“不可替代”第一节 道德的力量是无穷的第二节 忠诚是笔大投资第三节 敬业是立业之本第四节 “天道酬勤”千年不变第五章 你的“优势”让你“不可替代”第一节 别忘了“我很重要”第二节 坐稳适合你的椅子第三节 挑战平庸的自己第四节 在行动中积累优势第五节 别把学历当优势第六节 警惕自以为是的陷阱第六章 强大执行力是“不可替代”的标志第一节 这是我的工作第二节 即刻行动起来第三节 永远全力以赴第四节 没有任何借口第五节 寻找最佳方案第六节 细节决定成败第七节 成功藏在拐弯处第八节 该扛的责任一定要扛第七章 依靠团队才能“不可替代”第一节 一加一大于二第二节 职场不需要“独行侠”第三节 多做有效的沟通第四节 别让你的“锋芒”刺伤自己第八章 赢得信任就会“不可替代”第一节 多做一点点第二节 时刻准备脱颖而出第三节 让自己零差错第四节 超越老板的期望第五节 做最优秀的追随者第六节 不要这山望着那山高第九章 没有人能永远“不可替代”第一节 留得青山在，不怕没柴烧第二节 勇于接受挑战第三节 保持永不枯竭的创造力第四节 让自己持久优秀第五节 “五大绝招”让你游刃有余

## &lt;&lt;做不可替代的员工&gt;&gt;

## 章节摘录

## 第三节 像老板那样热爱企业 企业是什么？

有人说，企业是老板的个人财产。

这是一种错误的看法。

其实，企业更像是一个“大家庭”。

老板就是这个大家庭的“家长”，每一位员工也是这个“大家庭”中的一员。

把这个家建设得更好，让每一个人都生活得更开心、更幸福，应该是老板和员工共同的目标。因此，要想成为不可替代的员工，就应该时刻把自己的工作与企业的利益紧密相连，让自己与企业共同发展。

“经营之神”松下幸之助经常勉励自己的员工说：“我们不是为了领薪水而工作的员工，我们是经营这个大行业的主人”。

有这样一些员工，他们似乎没有过人的才能，一时间也没有突出的业绩，但他们充分发扬“主人翁”的精神，时刻把企业放在心上，尽其所能地为企业宣传，直至成为企业形象的代表。

像这样以默默无闻的方式，持续为企业创造效益的员工，其潜在的价值，同样是不可估量的。

这样的员工，又怎能不受到老板的由衷喜爱呢？

下述的是一个真实的故事：一架飞机在飞行途中遇到了劫机分子，经过惊心动魄的8个小时，危机才得到解除。

这次劫机事件很快成为一条重大新闻，当飞机最终安然无恙地降落、乘客们有序地步出机舱时，已有多家新闻媒体在等着进行采访报道。

有一名叫杨栋的乘客，当时是一家小保健品公司的推销员。

在走出舱门的一瞬间，他突然间想到了什么，于是做出了一个常人难以预料的举动——从箱子里找出一张大纸，写下一行大字：“我是XX公司的推销员，我和我公司的XX牌保健品安然无恙！

非常感谢营救我们的人！

”一出机舱，他和这块牌子很快被各媒体的摄影、摄像镜头捕捉到了。

一时间，他成为这次劫机事件的明星！

杨栋这一别出心裁的举动，令他的公司和产品变得家喻户晓，客户的订单一个接着一个。当杨栋回公司时。

公司老板带着所有的中层主管，在公司门口夹道欢迎他。

老板当场宣读了对他的任命：主管营销和公关的副总经理。

从一个普通销售员到副总经理，杨栋到底做了什么？

在下飞机的那一瞬间，他和所有的乘客一样，肯定也在回味自己的遭遇，考虑自己生命的安危，但他同时也把自己的企业和工作放在心上，做出了一个简单而难能可贵的决定。

但就凭这一点，他也毫无疑问是个最优秀的推销员！

宣传自己的企业，偶然为之并不难，在日常生活中，很多人都这样做过。

但问题是，很少有人能把这种行为，当作自己的义务来履行，坚持不懈地做下去，就像美国人阿基勃特曾经做到的那样。

职场经典：“每桶4美元的标准石油” 石油大王洛克菲勒曾对麾下的一名员工有以下评价“即使在最困难的时候，他也没有放弃努力，一直以公司为荣。

只不过努力的方式与众不同而已！

”洛克菲勒说的那个人，名叫阿基勃特，是洛克菲勒公司里的一名普通推销员。

19世纪，洛克菲勒创办了美国标准石油公司，成为世界上最大的石油生产商和经销商。

当时，标准石油公司每桶石油的售价是4美元，公司的宣传口号就是：每桶4美元的标准石油。

这个名叫阿基勃特的推销员，是公司里小有名气的人物。

他的名气并非因为他的能力，说实话，在公司众多的销售精英中，他的销售业绩只能勉强算是中等。但他保持了一个奇怪的习惯，只要有签名的机会，他都不忘写上公司的宣传口号：“每桶4美元的标准石油”。

比如，他出差住旅馆时，或购物买单时，总在自己签名的下方，工工整整地写上那些字，连平时

## <<做不可替代的员工>>

给朋友写信也不例外，甚至有时候他不写自己的名字，而只写这句话以代替签名。

## <<做不可替代的员工>>

### 媒体关注与评论

一个人事业上的成功，只有15%取决于他的专业技术，另外的85%要取决于他的人际关系。

——美国现代成人教育之父、20世纪最伟大的成功学大师卡耐基 坚持下去，成功就在下一个拐角处等你。

幸运之神会光顾世界上的每一个人，但如果她发现这个人并没有准备好要迎接她时，她就会从大门走进来，然后从窗子飞出去。

——微软公司前主席比尔·盖茨 我自己不愿意聘用一个经常在竞争者之间跳跃的人。

聪明是智慧者的天敌，傻瓜用嘴讲话，聪明的人用脑袋讲话，智慧的人用心讲话。

——阿里巴巴董事局主席马云 所谓人才，就是你交给他一件事情，他做成了：你再交给他一件事情，他又做成了。

——巨人网络公司董事长兼CEO史玉柱 很多人讲执行力是指让你去做一就去做一，我是让我做一我可以做到二做到三。

只会提建议的人会让老板生厌；既提建议又提解决方案的人会让老板有好感；只有既提意见又提解决方案还进行了论证的员工才可以得到老板的信任。

——微软（中国）公司终身荣誉总裁，著名“打工皇帝”唐骏



## <<做不可替代的员工>>

### 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>