第一图书网, tushu007.com

<<魅力>>

图书基本信息

书名：<<魅力>>

13位ISBN编号：9787515803470

10位ISBN编号：7515803479

出版时间：2013-1

出版时间：中华工商联合出版社

作者：盖伊·川崎

页数：218

字数：220000

译者：韩旭

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

我的故事　我第一次见识麦金塔电脑，是在1983年的夏天，比世界上的其他人早了六个月。
麦克·贝尔其(H1ke B01ch)在美国加利福尼亚州库比蒂诺班德利车道对面的一座小楼里向我展示了它。
麦克时任苹果公司麦金塔电脑分部的软件工程师，而我呢，是一个平凡的珠宝商，为一家小型珠宝生产企业把金子和钻石运出洛杉矶。
那时，麦金塔电脑只是一个坊间的传说。
我能够这么早看到它，纯粹是因为这位贝尔其先生是我的大学室友。
　在那个年代，“个人电脑”一词完全是自我矛盾的，因为电脑远未普及到个人，世界500强公司、大学和政府拥有着世界上绝大部分电脑。
如果你足够幸运，你可能拥有一台苹果IIe电脑或者一台IBM电脑。
它们能显示出大写和小写的文档，你必须使用光标键来进行屏幕导航。
世界上大多数人都使用IBH公司的电动打字机，只有那些特别幸运的人，才有机会接触到配有升空修正带(Lift—off correcting tape)的型号。
　这次与麦金塔电脑的初会可谓我人生当中第二令人难忘的时刻(最令我难忘的当然是遇见我妻子的那次)。
它拨开迷雾，擦亮了我的双眼，让我恍如听到了天使的歌声。
　有两大特征造就了麦金塔电脑的酷劲儿。
首先，它能够显示动画图形。
麦金塔电脑分部的“软件怪才”安迪·赫茨菲尔德研发了一个跳跃的百事可乐盖子程序，来炫耀麦金塔的这种能力。
之后，史蒂夫。
乔布斯用这一程序说服了约翰·史考利，百事可乐公司的CEO，“不要再卖糖水了，还是加入我们苹果吧”。
这项应用现在看起来似乎没有什么大不了，可是在当时，能让窗口中的图标跳跃起来简直就是个奇迹。
　其次，麦金塔电脑中还配有一个叫做MacPaInt的软件，人们可以用它来画图，比如下面这张由著名设计师、麦金塔分部的图片艺术家苏珊．凯尔①绘制的木刻艺妓。
当贝尔其向我演示了这一软件能够完成什么事的时候，我的思想发生了翻天覆地的变化。
那时，人们用“个人电脑”所能做的，无非是用字母和数字堆砌出粗糙的图形，而用了麦金塔电脑，任何人都能上手绘出图画，甚至创造艺术品。
　贝尔齐的演示其实只持续了几分钟，但在这几分钟里，我确定了两件事：第一，麦金塔电脑会让人们比梦想中的自己更具创造力、更高产；第二，我想加入苹果公司，为之贡献自己的一份力量。
贝尔其帮我在麦金塔分部谋到了一个职位，我的使命是说服开发者创造兼容麦金塔系统的产品。
为了让他们对麦金塔电脑充满信心，我投入了自己的全部热情和力量。
　这份工作标志着我长达25年沉迷于其艺术魅力的开始。
关于“魅力”。
我是这样定义的：它是用你的产品、你的服务、你的整个公司或者单纯一个想法打动他人、令他人感到愉悦的过程。
施展“魅力”的结果是获得对方自愿的、长期的支持，而这样的支持使得双方都能获益。
你将经历的旅程——本书概览　这本书是写给那些对于改变我们这个世界怀着乐观的积极态度的人的。
他们的脑子里总是想着世界会变得怎样，而不是不能怎样。
他们向市场提供——一种产品、一项服务、一家公司或者一个创意——无论哪一种，都旨在将世界变得更加美好。
他们同时意识到，在这个大众媒体、社会媒体和广告媒体泛滥成灾的世界里，要完成这一任务，不能

仅仅满足于建立那种快餐式的、肤浅的、短暂的人际关系。
本书引领你踏上的旅程，将让你学会如何改变他人的头脑、思想和行动。
我们的路线是这样的： 第1章魅力之魅 你的目标越宏大，你就越需要改变人们固有的头脑、思想和行动。
在你只拥有较少的资源，却有着强大的竞争对手的情况下，尤其如此。
要打动别人的心，就必须做出些有意义的事情来，而做到这一点，你格外需要魅力。
第2章如何让别人喜欢你 那些你讨厌的人曾经打动过你吗？
我对此深表怀疑。
即使他④做到了，我也怀疑你的这种被打动的感觉能持续多久。
这就是为什么我要把“获得别人的喜欢”列为施展魅力的第一步。
要实现这一点，你需要真正地接受他人，并挖掘对方身上你喜欢的东西。
第3章如何赢得别人的信任 那些你不信任的人曾经打动过你吗？
我对此仍然深表怀疑。
争取别人的信任是你施展魅力的第二个步骤。
如果你有学识、有能力，志在将事业做大并能创造出双赢的局面的话，人们就会对你表示出信任——简言之，你要学会用正确的方法做正确的事。
第4章如何全方位地做好准备 好的产品、服务、公司或者创意，都是富有魅力、能够虏获人心的。
垃圾则不能。
因此，要想打动别人，就需要你创造出某种称得上“伟大”的东西，然后以一种简洁的、可理解的方式告诉人们，并且赶在你的竞争对手之前竭尽所能地抢占市场。
第5章如何发布新产品 你发布的产品要让人们沉迷，至少让人们试用一下，还要争取首批追随者帮助你传播好的口碑，这正是里查德·布兰森和史蒂夫·乔布斯做得比其他人出色的原因。
第6章如何攻克人们的抵触心理 人们总是选择接受那些“差不多”的产品和服务，因为他们要么很忙，没空去挑选；要么就是不知道世界上还有更好的存在。
在这样的情况下，你如果试图改变他们原有的选择，就会遇到重重抵触。
克服抵触的办法就是唤起他们的“社会认同感”，找到能与之“求同”的方法，并打动能对你的目标产生影响的相关人士。
第7章如何让魅力更持久 魅力的施展是一个过程，不可能一蹴而就。
你的努力要想获得持续性的效果，就要求人们将你的“价值观”内生化，对你进行回报和承诺。
这也能够帮助你建立一个以你的产品为核心的，由中间商、顾问、开发商和用户群体组成的生态系统。
第8章如何运用“推送”技巧 你曾经对于如何使用Power、POInt、微博和电子邮件来推送信息感到困惑吗？
这些产品能让你将你的故事讲给你希望打动的人听。
这一章就集中讲述如何运用这些最新的技术手段实现这一目的。
第9章如何运用“拉动”技巧 除了“推送”技巧之外，还有与之对应的“拉动”技巧。
在这种情况下，你的故事会吸引人们前来，而不是你试图将故事兜售给对方。
这一章会把重点放在如何使用网站、博客、Facebook、LinkedIn(商务人际关系网)和You TJbe视频来施展你的魅力，鼓励人们加入你、支持你。
第10章如何对员工施展魅力 魅力的施展并不总是向外输出式的活动，你也可以用在自己的员工身上。
如果你能给他们提供有助于其实现个人精进、独立自主地工作以及朝着积极目标奋斗的机会，你就能如愿以偿地打动你的员工。
第11章如何打动你的老板 想象一下，在一个已经被你“魅惑”的老板手下干活会是什么感觉？
好处有很多，包括：自由、灵活性、金钱还有来自老板的欣赏。
向老板施展魅力要求你为了她的成功而重新安排自己工作的优先顺序——结果一定是值得的。
第12章如何抵御他人的魅力 并不是每一个富有魅力的人都能最大化地考虑你的利益。

因此，在适当的时候抵御这种魅力，也是一种很有用的技巧。
它能使你排除外界因素的干扰，更多地着眼于未来，找出持反对意见的人。
在阅读了这一章以后，你也许就能克制自己对苹果公司产品的购买欲望了。
　踏上旅程　通过阅读本书，你可以学习如何将我作为一个传道者、企业家和风险投资人的经历应用到你自己的生活中，进而打造属于你自己的“麦金塔”。
我要做的就是传递知识，而你要做的是运用它改变这个世界。
对于一个作者来说，再没有比看到你们将我的工作成果付诸实践更大的回报了。
所以，我已经迫不急待地想要开始了。

内容概要

本书包含了你施展魅力所需的全部技巧，无论你面对的是客户，还是员工。
这些技巧既得自盖伊多年在最具魅力的苹果公司工作的体验，也离不开他作为一位企业家和风险投资家的丰富人生经历。
可以说，这世上鲜有人比他更有资格做我们魅力路上的导师。

本书灵活地运用小标题和加粗强调的观点。
将要传达的信息以方便我们检索的形式组织起来。
作者在每一章的结尾都附上了一段奇闻轶事，来证明其技巧的有效性——这些技巧可能并非他的原创，但却很实用。
而贯穿全书的欢快幽默的笔调和站在读者的角度考虑问题的态度，让略显难啃的商界语言读起来轻松惬意。

一句话，这是来自美国最具影响力、最富魅力的企业家之一的广博洞见和简明指导。

作者简介

作者：（美国）盖伊·川崎（Guy Kawasaki） 译者：韩旭 盖伊·川崎（Guy Kawasaki），苹果公司前首席营销官，乔布斯的挚友。
三进三出苹果公司，帮助乔布斯完成了苹果公司史上最强势的回归。
是重振苹果电脑雄风的三巨头之一。
1954年生于夏威夷的一个普通家庭，1976年毕业于斯坦福大学暨加州大学洛杉矶分校。
之后又在加利福尼亚大学（UCLA）主修工商管理，获MBA学位。

书籍目录

第1章　魅力之魅
　什么是魅力魔法
　你在什么时候需要施展它?
　顾客到底在想什么?
　在哪里划清界线
　如何使用本书
　现身说法
　埃里克?道森的故事
第2章　如何让别人喜欢你
　眼角鱼尾纹的妙用
　平局着装法
　完善你的握手方式
　使用正确的词语
　接受他人
　亲近一点
　不要将你的价值观强加于人
　追求并展现你自己的热情
　找到共同的热情
　创造双赢的局面
　咒骂
　默认回答“是的”
　弗兰?谢的故事
第3章　如何赢得别人的信任
　信任别人
　做个正派的人
　让人清楚地知道你的利益所在
　做事依本心
　努力获取知识和技能
　勇于展示
　将蛋糕做大
　按头制帽地施展魅力
　明确定位
　努力做英雄
　托尼?摩根的故事
第4章　如何全方位地做好准备
　何谓伟大的产品
　“尸检”不可靠，要进行预先检查
　成功要靠谋划
　标语要短，要简单，要容易理解
　移除藩篱
　为人们设置默认选项
　订立目标
　……
第5章　如何发布新产品
第6章　如何攻克人们的抵触心理

第一图书网, tushu007.com

第7章　如何让魅力更持久
第8章　如何运用“推送”技巧
第9章　如何运用“拉动”技巧
第10章　如何对员工施展魅力
第11章　如何打动你的老板
第12章　如何抵御他人的魅力
后记
小测试

章节摘录

版权页： 如果你在周末收听美国公共广播电台，还有一档叫做《等一下……别告诉我！
》的新闻类智力竞赛节目值得关注，其主持人彼得·萨格尔在节目中同样展现出了渊博的知识和卓越的才能。
萨格尔是位有造诣的剧作家，可是谁会在意这一点呢？
他在做出敏捷、无价的反驳之时表现得棒极了，没有人能在“一下子击中那些炙手可热的富人、名人的愚蠢、傲慢、无知的软肋”方面比萨格尔做得更出色了：英国石油公司首席执行官托尼·海沃德于2007年接掌该公司，他许诺将解决公司存在的安全问题。
他认为当务之急是避免令人不快的由咖啡引起的烫伤事件的发生。
而排在第400位要做的事是：避免毁掉这个世界。
于是，在英国石油公司总部的多条走廊上，都张贴了告示，警告员工不要在行走的同时手端咖啡。
此后，在工作场合中与热饮相关的事件，发生频率的确显著降低了。
于是，在这个咖啡安全计划成功实施之后，现在，员工们开始在他们采油的深水井边张贴提示：请不要把所有的油都洒到大海里去。
（2010年6月17日） 知识是好东西，能力也不错。
但这两者的结合才是让人们信任你并增加你魅力的关键。
在我们这个世界上，能真正做到这一点的人，少之又少。
勇于展示 你也许既正直，又兼具知识和能力，但如果你不将这些美好的东西展示出来，那么它们的存在就毫无意义。
我们这里所谓的展示就是让你去和人接触，与人们进行互动。
在数字化时代，这就意味着你要经常回复你的邮件、上微博、收听语音信箱的留言等。
不过首先，还是让我先奉上一个有点老旧的海星的故事吧。
在作家劳伦·艾斯里《抛海星的人》的故事中，一名旅行者在海边见到一个男孩不断地将沙滩上搁浅的海星抛回大海，以拯救它们的生命。
旅行者走上前去，问道：“你这样做有什么意义呢？
沙滩上有成千上万只海星啊。
”那名男孩听后，只是又捡起一只海星，用力地抛向大海，说道：“对于这一只海星来说就有意义。
”每一天，我都会收到总共大约200封电子邮件、微博留言、读者来信和语音留言。
我并不全作回复，但我可能比大多数人回复得要多。
对于那些我回复了的朋友来说，我相信这会让他们变得“有意义”起来。
就算有时我的回答不过是一句简单的“对不起，现在我也帮不上什么忙”，但收信人总是会回复我以示感谢。
如果你希望别人信任你，你就要在实际行动上有所展现。
这可能意味着你要付出大量的辛勤劳动，但没有办法，想在短时间内与数千人建立起信任关系无异于痴人说梦。
你要做好花费几个月时间的准备。

后记

我希望本次阅读之旅让你感到值得且愉悦。
关于魅力的魔法，我已知无不言。
现在你要做的，就是应用这些知识，然后取其精华，去其糟粕。
如果你想检验一下自己的学习情况，不妨完成全书末尾的“盖伊版现实魅力倾向测验”。
　最后一点想法：魅力是一种强大的技巧，而能力越大意味着责任越大。
因此，以对参与各方都有利的方式运用这些技巧甚为重要，也是你的职责所在。
在你前行的时候，请务必谨记这一点。
　好好干，积极争取胜利吧！
　盖伊·川崎凯西·帕珊科的故事　凯西·帕珊科，俄亥俄州辛辛那提市的一名营销和公关顾问。
在和我们分享本书最后一个故事的时候，她正在德雷克中心工作。
魅力的终极形式是什么？
是两个人之间长久的爱。
　唐·马丁把尤利斯·马丁，他的妻子，叫作他“可爱的新娘”，住在德雷克中心的陪助型(Assisted—living)老人公寓。
唐有他自己的一间，而尤利斯住在另一层的痴呆区，他每天白天和晚上都坐着电动轮椅去看望她。
他们老两口已经结婚65年了，在世界各地都住过，而现在，他们在这里。
　她的思维一片混乱，经常搞不清当天的日期和自己在哪里，甚至可能不知道自己在和谁讲话……直到唐的出现。
只要她一看到他，就会两眼发光、微笑起来，有时我还能看到她流眼泪。
她知道那是唐。
然后他们交流——说不说话都可以。
这正是那种只有在小说和电影里才能见到的爱。
但我有幸亲眼目睹了。
　尤利斯和唐的故事被刊登在2010年情人节那个周末的《辛辛那提问询报》上。
起初，唐不明白为什么有人愿意读这样一个关于《我们》的故事，不理解人们为什么激动。
最后他懂了。
我给他读了所有那些由广大读者在网上留下的、积极的、闪光的评论。
许多人都感谢这对老夫妻让他们重燃在未来的某一天找到真爱的希望。
　那段在老年公寓工作的日子是一种对生命的肯定。
住到这里来的人和他们的家人通常是很脆弱的，更是不带一丝虚伪的。
他们中的大多数人都清楚地知道“什么东西才真正重要”，那就是爱。
再没有比身处其中更能令人感受到其魅力了。

媒体关注与评论

盖伊的书抓住了重点，或者说艺术。
它展示了如何向客户传递全新的理念，并让他们接受且深信不疑。
一个真正的好创意，拥有着改变市场和改变客户个人体验的强大力量，本书所提供的丰富见解能够帮助企业家和生意人开发这种潜力。
——里查德·布兰森爵士 维京集团创始人（最富传奇色彩和个性魅力的亿万富翁之一） 当你开着宝马，触摸着ipad，在全球连锁的美容化妆品店丝芙兰购物，或者在美捷步（Zappos）的网站上买鞋时，你都会亲身感受到盖伊所说的“魅力”，在这本书中，他向你披露了如何能像这些知名品牌那样制造同样的“迷情”体验。
——罗伯特·斯科博 微软全职科技博客写手

编辑推荐

《魅力:苹果的魔法》是来自美国最具影响力、最富魅力的企业家之一的广博洞见和简明指导。

名人推荐

盖伊的书抓住了重点，或者说艺术。
它展示了如何向客户传递全新的理念，并让他们接受且深信不疑。
一个真正的好创意，拥有着改变市场和改变客户个人体验的强大力量，本书所提供的丰富见解能够帮助企业家和生意人开发这种潜力。
——里查德·布兰森爵士维京集团创始人（最富传奇色彩和个性魅力的亿万富翁之一） 当你开着宝马，触摸着ipad，在全球连锁的美容化妆品店丝芙兰购物，或者在美捷步（Zappos）的网站上买鞋时，你都会亲身感受到盖伊所说的“ 魅力 ”。
在这本书辛，他向你披露了如何能像这些知名品牌那样制造同样的“ 迷情 ”体验。
——罗伯特·斯科博 微软全职科技博客写手

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