

<<工作力>>

图书基本信息

书名：<<工作力>>

13位ISBN编号：9787802492431

10位ISBN编号：7802492432

出版时间：2010年05月

出版时间：中华工商联合出版社

作者：(日) 大前研一

页数：222

译者：李颖秋

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>



## <<工作力>>

### 内容概要

本书作者无国界世界第一人、全球经营管理大师大前研一员工企业培训扛鼎之作。

本书讲述现在是“年收入大差距时代”，一般的能力和努力只能忍受低收入现实。

要想实现高收入应该怎么办呢？

从原子炉设计者转行到世界顶级咨询公司，瞬间成为全球最耀眼咨询师的大前研一如何实现这180度大转变的？

在本书中，大前研一从自身经验出发，揭示在这个贫富差距时代所不可或缺的实用技巧，让你成为金字塔尖上的佼佼者！

## 作者简介

大前研一

1943年生于福冈县。

毕业于日本早稻田大学理工学系，后赴美国麻省理工学院取得博士学位。

1972年进入麦肯锡工作，担任日本分公司总经理，亚太地区董事长职务。

1995年离开麦肯锡后，给全球的大型企业和亚太地区的部分国家担任咨询顾问。

著有《问题解决力》、《再见吧，美国》、《研磨商业力》、《再启动：获取生存与发展的原动力》、《知性力：变革时代上班族的核心竞争力》、《知性力2：充电!要成为锐利的商务人士》等多部巨作。

## 书籍目录

前言 年收入差别巨大的时代已经到来第1章 改变“生活习惯” 从今天起不要再节省午餐费 “一个人吃饭”会错过商机 闲谈时要避开“职业棒球”的话题 如何写电子邮件才能提高工作效率 “卷入派系之争”将自毁其身 “周末的囫囵觉”纯属浪费时间第2章 构思规划的能力 对“精神壁垒”进行自我诊断 以“不提供多余的服务”来吸引更多的顾客 从垃圾箱中得到启发 以新常识“费用距离”来培养计算成本的能力 从没有好主意到“依靠他人的力量实现自己的目的” 从通勤电车和超市的“为什么”、“的确如此”中得到获取商机的启发 通过“内外价格差”来赚钱的商业模式的条件第3章 如何面对会议 减少冗长乏味的会议的两个秘诀 “一页摘要”的弊病 以“6W2H+2”来阐述自己的提案 在24小时内提出不同意见及反驳意见 “可是”、“但是”式的反驳是令人讨厌的 以质问力反击故意找碴者的“D&D”第4章 谈判能力 使调动工作的希望顺利得以实现的孙子兵法 看穿隐藏的利害关系的能力 能够与对方共享5年后的预测结果吗 使用“思维框架的转换”解决最棘手的难题 如何辨别无损失的妥协要点第5章 培养人才的能力 把工作交给那些牢骚满腹的部下去做 不要向部下吹嘘过去的成功经验 是“体育会型的领导”还是“解决问题的领导” 中间管理层的竞争对手是电子邮件 使GE迅速发展起来的培养人才的高手——杰克·韦尔奇第6章 营销能力 找到顾客的“hot button” 未能达标的营销人员能够很高明地说明“卖不出去的理由” 业绩良好的营销人员会巧妙地给自己“留作业” “三胜两败”——营销人员应有的心态 要成为“咨询型营销人员”第7章 努力提高自己的能力 只用一年时间通过“英语导游考试”的英语学习方法 锻炼英语讲演能力的4种自学方法 改变“经济盲”的周末学习法 以“T型人才”为努力目标,力争做“型人才” 每天阅读500条新闻的方法 有助于收集信息的4个搜索引擎 磨炼“电子领导力” 通过“电子出差”学习IT知识 不同行业的交流会过了5年就应解散 “同行业/同年代”的人际关系是不起作用的 建立人际关系的6条铁的法则 长假的时间不适合用来学习第8章 外国商务人士之攻略法 商务英语不应该明确表达“YES”、“NO” 全世界的中国人都在使用“搜狐”网站,它究竟为何物 北京还是上海? 中国人很重视出生地 中国生意中不可或缺的“合作伙伴”选择问题 与若即若离的韩国人交往最应该注重什么 面对印度人明确说“YES”、“NO”第9章 跳槽不后悔之法则 勇敢“从零开始”,永远挑战新事物 决定跳槽的时机 裁员是跳槽的好机会 选择跳槽去处的好方法 中途雇用人员应有的4个觉悟 对跳槽有用的资格和无用的资格第10章 创业不失败的法则 创业家需要的“开拓者精神” 无法实现“决定性差异化”的创业会失败 运用“泰格·伍兹现象” 《300倍事业扩大计划》区分成败 利用“集群效应”的东京迪斯尼 克服弱点的事业中蕴藏商机 “后·优衣库”的商业模式第11章 重新审视你的人生设计 看透人生目标的“格言” 购置悠闲过周末的“第二套房” “住处靠近工作单位”会造成很大压力 现在是购买第二套房的大好时机后记 足不出日本,产品销全球的方法

## 章节摘录

第1章改变“生活习惯”从今天起不要再节省午餐费据说在日本销路最好的药是胃药，而在美国销路最好的药是头痛药，这一说法十分逼真地表达了日美两国的公司职员为工作和生活等问题不能获得圆满解决而苦恼的形象。

目前对工薪族的要求就是“解决问题的能力”，除此别无其他。

在本章节中将详细说明其理由，首先为了检验你有关解决问题的构思和思考的能力，请做下面的练习题。

“家庭收支持续出现赤字，你来想点办法吧！”

——当太太和你商量时，你能拿出什么解决方案呢？

如果你是理财规划师，那么可以考虑将资产转到收益更加丰厚的金融商品和保险商品上；如果你在生活中属于节俭型，那么可以考虑节约午餐费用、抽烟和喝酒等零花钱，在超市大降价的日子里集中购物……这些都是很现实的。

但是这样做的结果，一年忙到头充其量也只能省出区区数万日元而已，而且每天要为股票价格的涨跌而劳神，要抑制自己的嗜好而不抽烟，为了买大降价的物品而不得不在休息日起大早。

考虑到付出的劳动力及积蓄起来的精神压力，可以说实在是得不偿失。

现在用解决问题的能力来思考，能够从根本上改善家庭经济状况的方法不外乎如下3种： 削减支出； 增加收入； 增加家庭中的劳动力。

上述 和 能够以100万日元为单位使家庭的收入增加，因此能够有效地改善家庭经济状况。

但从日本的现状来看，通过跳槽是难以立即实现收入增加的。

此外，若是生活困难的家庭，孩子姑且不论，肯定是双职工家庭。

这样一来，现实且有效的方法只有 ——削减支出。

但是要削减的可不是抽烟钱和自来水费，而是日本家庭中的三大支出——“子女教育费”、“买房钱”和“养老储蓄”。

先来看看“子女教育费”。

在日本，供养一个孩子从小学入学到大学毕业，约需花费2400万日元。

若孩子进了私立大学的医学系，还要多花费2000万日元。

而如今世道变了，高学历能够保证稳定生活的时代已经结束了，况且即使辛辛苦苦地让孩子升学，到头来却不能期待孩子今后能够孝敬父母，而且孩子大学毕业后还继续当“啃老族”。

既然如此，就没有必要为了让他应付考试而去上升学考试补习班。

如果孩子自己有进入高中及大学学习的愿望，那就应该让他在打工的同时完成学业。

这样一来，可减少“负担金额”，还增加了和孩子共处的时间，其结果是能够培养出有出息的孩子，教育费用也能省出一半。

接下来看看“买房钱”。

当今时代，花4000万~5000万日元在郊外买一幢房子，每天上下班在路上要跑两个小时，这种做法是很愚蠢的。

应当考虑让自己的住所尽量离工作单位近一些。

地处东京市中心附近的房子能够以很便宜的价格租下来，平时住租来的房子，而在环境优美的乡下买一套周末用的房子，目前在长野县的山麓或农村地带只要花500万日元就能买下房子。

现在就为自己的晚年存钱，也是目前家庭经济状况吃紧的原因之一，实属多余的开支。

相关资料表明，日本人在退休时约有2500万日元的存款，其后若能存下一些养老金，那么在去世时将留下3500万日元的存款。

西乡隆盛有句名言：“不留良田给子孙”，倒不是一定要这样做，如果想开了，不打算给子女留下任何财产，那就能够以100万日元为单位来考虑改善家庭经济状况了。

在节约午餐费用和抽烟钱上下功夫，这种做法对家中的妻小来说无关痛痒，只是表达了丈夫支撑家庭经济的一片心意，可以说是本末倒置。

如果能大幅度地削减“子女教育费”、“买房钱”和“养老储蓄”中的任何一项，家庭经济状况就能

## &lt;&lt;工作力&gt;&gt;

得到飞跃性的改善。

没有必要将结余下来的钱都用在吃饭和支付水电费上，而应该用在提升自己的各种投资上。

由此可理解如下两点：第一，要制定能够产生根本性效果的计划并付诸实施，而不是只考虑表面性、非重要的计划，否则就不能解决问题；第二，更为重要的是要在清楚地把握住整体状况的前提下指出存在的问题，否则也不能解决问题。

以家庭经济为例，先通盘看看自己人生的整体状况（把握状况），仔细思考在金钱对人生的影响因素中哪些是可以忽略不计的（问题的指出），然后采取相应的解决措施（解决问题），这是必不可少的步骤。

若将家庭经济中的每月2万日元的赤字视为大问题，从而将如何节约2万日元当作解决问题的对策，这就大错特错了。

这种做法绝不能持久，也绝不可能使自己的生活会富裕起来。

过去的日本并不是不需要“解决问题的能力”，欧美的做法就是我们的榜样，这是由于他们总是经常不断地解决各种问题，例如，企业的组织结构、经营方式、新产品开发等。

而如今的时代没有现成的解决问题的方案，不论是个人、企业还是国家，都必须自己思考并拿出解决问题的方案。

解决问题往往伴随着需要拿出勇气的彻底的行为。

在这里要特别强调的是不能躲避“ What if...(如果.....将会怎样)”，如果削减了子女的教育费，其结果如何？

如果和那家客户断绝了关系，其结果如何？

如果对领导提出反对意见，其结果如何？

只有不畏惧并敢于正视这些假定，才能够切实地提高自己解决问题的能力。

首先从改善自己的家庭经济着手，大胆且扎扎实实地去实践，不能很好地解决自己人生问题的人当然也不能很好地解决工作中的问题。

“一个人吃饭”会错过商机搞营销的人都有很顽固的“生活习惯上的坏毛病”。

在麦肯锡公司，咨询业务事实上是要靠营销人员自己去开拓和寻找的。

我曾经取得了在全世界范围内最好的工作业绩，这在很大程度上要归功于吃饭时间的使用方法。

那时每年的工作日是200天，早中晚一日三餐，共有600次吃饭的机会。

我几乎没有与家人一起围着餐桌进餐及一个人在外就餐的机会，这是由于早中晚三餐都安排了要会见不同的客户。

早餐主要是会见造访日本的外资系列的实业家及新闻记者等。

从他们的角度来看，这里是异国他乡，一个人孤单地吃早饭实在是乏味。

于是我专程来到他们下榻的饭店，在与他们共进早餐的同时，谈论日本经济和日本市场的现状等，有时他们问我：“想进军日本市场，哪家企业是合适的伙伴？”

”我与他们并没有签订咨询合同，因此只是提一些个人建议而已，但实实在在、坚持不懈地将这件小事做下去，最终得以建立起信赖关系，后来获得了很多委托工作的机会。

午餐多与在近期有可能获得委托工作机会的日本企业的职员们在一起，边吃饭边探讨商务，互相交换信息，取得了很多的成果。

晚餐基本上安排与已建立了合同关系的企业的领导及相关团队成员的聚会，由于需要与他们进行深层次的交谈，所以选择不需要回公司的夜晚是很恰当的。

白天与其搞形式上的讨论，倒不如开诚布公地认真倾听对方的想法，还能够很清楚地将自己的意图传达给对方，因此提案获得通过的可能性是很大的。

即使是现在，我也经常收到有如下开场白的委托工作的邮件：“不知您是否还有印象，我是在××时刻与您共同进餐的××。”

”由此可见，共同进餐是绝佳机会，原本没有交易关系的对方能够变得亲密起来，过去就有交往的双方会进一步强化信赖关系。

最近各公司对交际费的使用限制越来越严格，因此更应该留意尽量不要一个人孤独地吃饭，而要创造更多的与他人交往的机会。

## &lt;&lt;工作力&gt;&gt;

闲谈时要避开“职业棒球”的话题我们经常可以看到，营销人员为了与客户建立更亲密的关系而尝试了各种努力。

虽说是工作，但也不可能与对方只谈论生意上的事情，事实上也的确如此。

在聊天的时候，大都选择了类似棒球的话题，大多数客户对此都比较感兴趣。

此外，如果客户的兴趣是出海钓鱼，那话题就完全转到这上面来，说起“听说在××海面钓上了石鲈鱼”等。

于是营销人员为了和顾客有共同语言，而不得不学习一些自己并不感兴趣的东西。

实际上这种做法对双方都是浪费时间，失去了某些本应得到的东西。

此外有些人为了讨客户的欢心而特意问一些对方工作上的事情，这样做就太冒险了。

若对方不能回答，就等于让人家丢面子，有可能是自掘坟墓，因此要避免这种话题。

与客户闲谈时，我认为满足下列条件的话题是很恰当的：营销人员自己对该话题感兴趣；而且对方也确实能够回答。

请看下面的一段对话。

某啤酒公司的营销人员A先生有一天去拜访老客户，发现附近的停车场停满了车，而且听说最近都是如此。

A先生很注意一些细小的变化，并要知道其原因，于是开口说道：“最近那个停车场的生意不错嘛。”

由于是在附近发生的事情，所以老客户很可能知道其中的原因。

“啊，大约两个月前这附近有家餐厅新开张，就是在××杂志上曾经报道过的××餐厅，经常能看到年轻的女孩子带着她们的男朋友一起开车过来。”

有些人属于这种类型，他们以能够告诉别人信息而产生某种优越感。

这家店主人将新开张的餐厅生意很火爆一事告诉了A先生，自己也觉得心情很舒畅。

而另一方面A先生获得了自己原来不知道的信息，而且若提出如下建议：“那么我们将价格合适的澳大利亚葡萄酒拿到这里来销售怎么样？

或许能够受到年轻女顾客的欢迎！”——老客户也有可能对此感兴趣而和我们一起携手开拓新市场。

使对方感到高兴，同时自己也得到了新的信息——这种战略性的闲谈是非常成功的。

通过共同进餐建立起来的关系必须要想方设法维持下去。

能够代替营销人员宣传商品及拉来顾客的人通常被称为“bird dog（猎犬）”，在共进早餐及午餐的人中或许就有将来的猎犬。

但令人感到意外的是，很多营销人员只和对方见了一次面后就再也没有任何联系了。

的确在没有必要时你不会抽出更多的时间与对方联系，可是若这样下去，好不容易与对方建立起来的信赖关系就会渐渐变得淡薄。

这与保持客户关系是一样的道理，要想方设法让对方记住你，使其对你有较深的印象。

请想象一下金字塔的形象，客户犹如金字塔，处在上面的三分之一是已经签订了合同的客户群，处在中间的三分之一是即将在生意上有往来的客户群，处在下面的三分之一虽然现在尚无动静，但他们是将来潜在的客户群，是为建设金字塔而搬运新材料的“猎犬”……如果在维护整个金字塔时不能兼顾全面，就无法长期地保持良好的营销业绩。

如何与处在下面的三分之一的客户群保持良好的关系是件棘手的事情。

如果能够再次与其共进早餐，那当然是最理想的，但考虑到最近的商务环境，通过电子邮件来保持良好的关系是最适宜的做法。

定期向对方发送邮件，不会像打电话那样耽误对方的时间，又能够使对方不忘记自己。

如何写电子邮件才能提高工作效率电子邮件是目前最便利的商务活动工具。

发送电子邮件与对方的方便与否及时间等没有任何关系，而且基本上只有接收邮件的本人才能看到邮件，此外还能以添加附件的方式发送资料等。

我每天大约收到100封电子邮件，但并不是对每封邮件都做出回复。

“商务邮件”存在着“私人邮件”中所没有的规则，违反了该规则的邮件是不值得一看的。

下面举例说明如何写好电子邮件。

\*\*主题：久违了正文：拜托您帮忙做下述3件事：关于正在进行中的××项目的事宜，拟召开会议



## &lt;&lt;工作力&gt;&gt;

进行讨论，具体的日期和时间如下所示（省略），请通知有关人员。

过去以个人名义和您商量过的××项目的规划很有希望得到公司的批准，对于您在各方面给予的指点表示衷心的感谢。

但现在该项目尚未正式得到批准，所以请先保密。

上次聚会时谈到了贵公司的××先生，他人很好，好像他做的工作与我的业务有关，想找时间和他见一面。

\*\*这封邮件有两处违反了规则。

【规则1】一封邮件只说一件事情。

当对同一收件人要说明数件事情时，要按照不同的事情分别发送邮件。

在电子邮件中可转发接收到的邮件，使用该功能可以很简单地将上述邮件中的“会议的具体日期和时间”通知到“有关人员”。

但其中还有其他的事情即 和 。

特别是 属于要“保密”的，若要转发，就必须删去 和 。

如果让收件人为此花费时间，那将是很失礼的。

此外，收件人在处理完 后，直到解决 和 为止，必须要保存这封邮件，这给收件人造成了极大的不便。

因此一封邮件最好只说一件事情。

既然一封邮件只说一件事情，那就应该在邮件的主题栏中写入收件人看后立刻就能理解邮件内容的标题，例如“关于××项目会议的日期”等，这样以后检索起来也方便得多。

像“久违了”那样的主题名称应避免使用，否则收件人看后无法判断该邮件的紧急程度。

【规则2】邮件的目的一定要明确，如请收件人回答可否及说明不明之处，或要求收件人做某一具体的事情，或只是向收件人传达某一信息等。

从上述邮件来看， 的目的很明确，而 则有含混不清之处，可以理解是在褒奖“××先生”，但该邮件的目的是单纯的闲聊还是想请收件人介绍与其见面，意思不太明确。

其他还有很多这样的事例。

有些邮件的结尾写得含混不清，例如“听说原料有可能比原计划晚到……”这封邮件读起来实在无法让人理解，你究竟期望收件人回答什么呢？

要求收件人对原料晚到做出明确的结论？

还是要求收件人回答晚到的具体日期及原因？

当你接到了对方“原料晚到”的回答后，若再次发送“究竟晚多长时间”等追问的邮件，则属失礼，而且也是浪费时间。

#### 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>