

<<關係，檔事兒!>>

图书基本信息

书名：<<關係，檔事兒!>>

13位ISBN编号：9789862480632

10位ISBN编号：9862480637

出版时间：寶鼎出版社

作者：輝偉昇 著

页数：200

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>

## &lt;&lt;關係，檔事兒!&gt;&gt;

## 前言

關係是致勝的關鍵！

仔細回想，我從小到大幾乎都是依附著「關係」在過活。

小時候依附著爸媽跟兄弟姐妹 所有食、衣、住、行、育、樂，可說是依附在「血緣關係」下生活。

求學時依附著師長跟同學 所學習的知識、交報告跟考試的壓力，乃至於失戀時的安慰，也都是依附在「師長跟同學的關係」下成長。

出社會之後依附著主管、同事跟朋友 找工作、工作碰到問題時的解決，乃至於出國旅遊、唱歌以及泡夜店玩樂等等，無一不是依附在「主管、同事跟朋友的關係」下進行的。

甚至筆者在寫這篇自序的時候，赫然發現我若把「關係」的成分從生命中抽離，我幾乎會是一無所有...

因為我依附著這些「關係」生存，同時發現很多人也依附著跟我的「關係」而存在，這些關係的好壞，是我是否能夠好好生活下去的關鍵，也是我將這本書定名為《關係，這檔事兒》的最大理由。

因此，基本上我把這本書定位給以下三種人閱讀： 商管、社會科學系所的學生： 因為這本書所使用的理論是社會學的「社會網絡」及「社會資本」理論，為結合管理學的「組織行為學」及「經濟學」的理論所產生。

其中「社會網絡」及「社會資本」理論算是國內較少有學者參與研究的理論，能夠結合在管理應用上的著作更是少見，所以，相當適合商管及社會科學科系的學生閱讀。

給目前就是或未來想做業務的人： 做過業務的人都知道，人際關係的拓展及維護，是業務能否成功的重要關鍵；而這本書中所寫的關係理論、態度跟技巧，正是作者累積多年業務、授課經驗而來的心血結晶。

此一章節中所介紹的案例跟技巧，對於業務人員進行業務拓展及管理客戶關係上，應有一定程度的幫助。

組織內部的管理者： 關係管理的後期，實際上可說是都在做組織及團隊成員的關係管理，所以，本書的後半段內容所要探討的，正是管理者如何做到有效率的管理，進而幫助一個團隊達成組織績效，以及如何在組織中順利卡位，讓自己得以平步青雲的哲學。

有關這一部分正是「關係管理學」的精華，更是我建議深為管理階層的人必讀的部分。

而有關本書的章節架構，我則是採用這樣的構想去擬定的： Part 1：業務人員的關係行銷及拓展 站在業務人員的角度去思考，我堅持的理由在於，這是關係管理學中最實用的一部分。

學生學習關係管理，一部分是為了將來求職，業務人員學習關係管理也可能是為了在職場站穩腳步，而主管學習關係管理，一部分原因恐怕也是為了激勵部屬能夠有所表現。

而說到業務人員的關係管理及拓展，就像是金庸小說《笑傲江湖》中「獨孤九劍」的精妙劍術一般，不需高深的內功，只需劍劍刺向要害，就可以把敵人打得防不勝防；所以，對於心法、內功比較沒興趣的讀者，光看第一部分應該就會有一定的收穫，因為第一部分當中的許多內容，其實都是筆者生活跟實戰經驗所得，只要學個一、兩招就可防身，真學會五、六招，應該就可聞名於世了。

只是這一部分說穿了就是一套劍法，若是沒有好的內功來驅動，即便招式再精妙，有時還是會有因為內力不足而失效的窘境....。

Part 2：關係管理的理論與實務 在西方，「關係管理學」其實已有近四十年的理論基礎發展，從早期的「社會網絡理論」到現今熱門的「社會資本理論」，多數人對於這些名詞其實很陌生，但是只要一提到市面上很熱門的「Facebook」、「MSN」跟「奇摩交友」，相信應該就是無人不知、無人不曉了。

而這三個東西其實就是運用「社會網絡理論」及「社會資本理論」而來的應用產物。

這兩套理論其實很簡單，只要掌握住關鍵的原理原則就會發現，前一部分講的業務拓展跟「Facebook」、「MSN」、「奇摩交友」等，都是運用類似的原理所運作，而掌握這些原理原則，就像學習金庸小說中「易筋經」、「九陽真經」、「乾坤大挪移」等內功心法，臨敵時內力自然能夠源源不絕，就算不會使展「獨孤九劍」，料來也有一定的強身效果。

## <<關係，檔事兒!>>

Part 3：經理人的關係管理藝術 就算有精妙的劍法招式跟高強的內功，你也不一定就能夠出人頭地，因為很多事不是一個人就可搞定的，就像金庸小說裡的諸位男主角「喬峰」、「張無忌」、「令狐沖」之流，就算擁有「一夫當關、萬夫莫敵」的上乘武藝，但個人成就說穿了卻遠遠不如《鹿鼎記》裡，不學無術只搞關係的「韋小寶」。

而經理人要學的關係管理，其實正是一種人際結構的組成與推動，是群體與群體之間的對抗與合作，是如何在組織結構中穩固及發展關係的學問，這項關係的好壞將決定了你、我三十五歲以後的成就，這部分的關係管理學，所要學的就是封閉網絡的結構跟影響，是「關係管理學」必修的精華。

本書的筆法活潑，採用案例作為章節開頭，然後搭配實務經驗的例證來做說明，架構可說完美無暇。

筆者強調每一個章節都要有案例，而每個案例也必定有其延伸的概念。

筆者不敢奢望每個章節都能對讀者有所幫助，唯讀希望在書中能有一、兩個章節能讓讀者學到新的東西，那麼這本書就算有一定的價值了。

輝偉昇 推薦序 關係是種體驗的過程 當看到這本書的書名及目錄時，真的會覺得這是一本輕鬆的小品文。

但細讀裡面的文章，會不自覺的發現，表面上這本書是在談關係的行銷及理論的架構，但實際上舉凡金融業的放款、業務的拓展、主管的團隊管理、乃至於男女的情愛，都可以透過這套簡單的理論跟架構去解釋，這或許也正是這本書跟其他關係管理的書最大的不同點。

文中的關係管理的哲學，其實可以簡單的用信任、管道以及可信賴的承諾三個方向來解釋。在金融從業人員的角度來看，信任跟授信業務、管道與業務拓展、可信賴的承諾與擔保品的取得其實幾乎快畫上等號，這也正是銀行業務中風險控管與業務拓展的基礎理論概念，只是從來沒有從關係管理學的角度切入過，原本複雜的工作內容，轉化成了輕鬆而詼諧的故事，讓讀者非常易於瞭解，這也讓這本書的價值得以張顯。

很多關係的確不好說，甚至應該正如作者所描述的「也不能說」。但這種不好說的關係，讓作者用很生動的筆法跟案例解碼後，突然又變得生動有趣了起來。文中很多的關係小語，如：「最高深的關係就在不離不棄四個字上，這層關係建的好，客戶就帶得走。

」讓看的人會有很深的感觸。或許客戶關係就是建立在這樣的基礎上，親人及同事的關係也是如此。就像這本書最後說的：「關係是種體驗的過程。

」我看完後把心得體驗在自己的心裡，寫成這篇序。

剩下的就要靠讀者自己親身去體驗。

尚瑞強 中信銀個金總經理

## <<關係，檔事兒!>>

### 內容概要

『靠譜』：中國口語、形容詞，白話的說就是不離譜。

指人，其為『靠得住、值得信賴』之意，指事則為『有可行性、值得期待』之意。

每個人從小到大皆依附著「關係」在過活！

本書主要鎖定讀者群為：我把這本書定位給三種類型的人看：給學商管及社會科學的學生：因為這本書用的理論是社會學的「社會網絡」及「社會資本」理論，結合管理學的「組織行為學」及「經濟學」的理論所產生。

其中「社會網絡」及「社會資本」理論算是國內較少數學者研究的理論，能夠結合在管理上的應用的著作更是少見，所以很適合學商管及社會科學的學生閱讀。

給目前在做或未來想做業務的人：做過業務的人都知道，人際關係的拓展及維護是業務能否成功的重要關鍵，而這本書寫的關係理論、態度跟技巧，是作者累積多年的業務經驗跟上課經驗所寫成，這部分章節的案例跟技巧，對於業務人員進行業務的拓展及客戶關係的管理應有一定之助益。

給組織內部的管理者閱讀：關係管理的後期實質上都在做組織及團隊成員的關係管理，所以這本書的後段談的是如何以一個管理者的角色，有效率的管理一個團隊達成組織績效，以及如何在組織中卡位，讓自己能平步青雲的哲學。

這部分是關係管理學的精華，也是建議管理人必讀的部分。

<<關係，檔事兒!>>

作者簡介

輝偉昇 學歷：中央大學企業管理學系、元智大學資訊社會學研究所 現職：兩岸經華諮詢顧問股份有限公司資深專案經理、財團法人金融研訓院特約講師 工作經歷：（1）訓練機構：長江團隊研究發展股份有限公司資深經理 （2）銀行單位：台北富邦商業銀行、中國信託商業銀行、遠東國際商業銀行...等三家企業金融處之產品經理與業務人員顧問 講師經歷：（1）專案顧問：永豐金控核心及管理職能專案合作顧問，鎰福電子、正達光電進行組織內部人際網絡再造專案 （2）授課經歷：業務拓展與客戶關係管理：華南金控、金融研訓院；體驗式學習：中國信託、永豐金控、錠律保險、強茂電子、裕隆汽車、伊莉莎白雅登、台北市政府公務人員發展中心、遠東紡織、美樂家、中華映管、大潤發、亞太電信、勵馨基金會、兒福聯盟、偉盟電腦、神達電腦、敦安基金會大安銀行、安泰人壽、何嘉仁美語...等。

## <<關係，檔事兒!>>

### 書籍目錄

自序：關係是致勝的關鍵！

Part 1 業務人員的關係行銷及拓展第一章 臉皮可以防彈是因為一直被吐口水啊！

第二章 張姐，可以讓我另隻腳也進來嗎？

第三章 小姐！

這是我的名片！

第四章 這個總機是踢足球，守龍門的喔！

第五章 天上掉下來的禮物別亂接！

第六章 臥龍先生不是叫假的！

第七章 兩軍相隔100步，貼上去，跟他鬥狠！

第八章 隨時要有當慰安公的準備！

第九章 想要優雅還是想要成功？

Part 2 關係管理的理論與實務第一章 過了30歲，你的未來成就在於你的關係管理能力！

第二章 不是要你搞關係，是要你做關係管理！

第三章 我跟你這麼熟，難道你不信任我嗎？

第四章 義字倒過來寫就是「我王八！

」第五章 房子、車子都是我的名字，只有小孩不是！

第六章 對不起！

我只做熟客耶！

第七章 做了九門提督，誰想做皇帝還得看我的臉色！

第八章 韋香主跟韋爵爺不是這麼好做的！

第九章 管你是兄弟隊還是統一隊，我支持中華隊！

Part 3 經理人的關係管理藝術第一章 從界外投進籃，你想得幾分！

第二章 啊！

全隊都是第四棒，沒有人肯觸擊短打！

第三章 業績能否成長絕對是前三項主管考核重點！

第四章 善用小圈圈之間的橋樑及利害關係！

第五章 客戶絕對不會是一個人，而是一整群的關聯戶！

第六章 要把規則視為一種資源！

第七章 妥善處理部屬跟自己的非理性信念！

第八章 很多關係其實都是建立在一種消費幻覺裡！

第九章 關係是種體驗的過程！

## &lt;&lt;關係，檔事兒!&gt;&gt;

## 章节摘录

<跟你套關係?part1> Part1業務人員的關係行銷及拓展 .....

..... 第一章 臉皮可以防彈 是因為一直被吐口水啊！

自尊心是留給成功的人用的：中國傳統社會層級 是士農工商，商是社會最低下的階層，因為商人最不會保留自尊心，為了賺錢， 可以低頭做很多事。

自尊心都是事業成功之後才有的。

..... 我一直記得2005年的一次客戶拜訪經驗，當時我剛從一家銀行轉職到一家金控，在某個炎熱的下午，我跟我一個認識不到半年的同事經過一家職業公會團體門口的辦公室，這個公會原本不在我們當天的拜訪行程之內，但因為我們剛好碰到了，我的同事就說順道上去看看吧！

但走到二樓的辦公室門口時我卻看到一個很令我訝異的一個招牌：「謝絕金融從業人員與直銷相關人員拜訪。」

」當下看到這個招牌的感覺，就好像看到經典武打明星李小龍在電影「精武門」演出的劇情橋段：想進去一個公園，但門口卻掛著：「中國人跟狗不准進入。」

」的招牌，感覺真的充滿著侮辱，充滿著藐視。

我看了看我同事，兩手一攤，跟他說「Whatcanwedo？」

」沒想到我同事很認真的看著我說：「進去啊！

懷疑什麼？

」 「進去？

你沒看到人家門口掛著招牌上面寫著謝絕金融從業人員與直銷相關人員拜訪？

要是我的認知沒錯的話，我的名片上好像就是寫著XX銀行股份有限公司。

」但我同事竟然立刻說了一句我怎麼都想不到的話：「你理它勒！

」話說完他立刻就把大門推開，看到門口的總機小姐還來不及說「不好意思，請問你們是...」我同事已經把名片拿了出來，腰身彎了90度很恭敬的說「你好！

我們是XX銀行專門談企業合作的人員，正好經過貴單位的門口，希望能跟貴單位有合作的機會...」

在那個當下，我真的覺得自己好愚蠢。

多年以來念了這麼多有關行銷企管的書，做了這麼多的策略規劃及事前準備，事到臨頭就被一個「謝絕金融從業人員與直銷相關人員拜訪。」

」的牌子擋在門口，都不如一個直接推開大門，低頭鞠躬的業務人員來的真實。

我曾經問過我那個推開「謝絕金融從業人員與直銷相關人員拜訪。」

」牌子大門的同事，為什麼臉皮可以練到這麼厚，毫不考慮的推開大門。

他看著我，笑笑的說：「自尊心能值幾個錢，好說歹說我也是國立大學畢業的，但自尊心在我剛出社會的時候早就已經被踐踏到沒有了，因為沒有業績，人家當你是個屁，可以毫不留情的把你換掉，臉皮可以防彈是因為一直被吐口水啊！

這就是我們實戰派跟你們學院派最大的差別。

」 這段話今日想起來仍是猶言在耳。

臉皮可以防彈是因為一直被吐口水啊！

從那一天起我真的認知到自己有多愚蠢，保險、直銷、擺地攤、街頭髮傳單、路邊賣玉蘭花，這些也不過都是商業行為的一部份，每一個人也不過都是為了生活，為了自己能夠活下去而努力，其中也不乏很多博碩士，以及大專學生，自尊心能值幾個錢，自尊心都是留給最後成功的人來談的。

我記得我大學剛畢業的時候，因為剛好那幾年是千禧年前後，我對於自己未來人生的規畫是要做一個「跨世紀的產品經理人。」

」在我當時腦中「跨世紀的產品經理人」的形象是個西裝筆挺，坐在豪華辦公室裡，公司配有車位，每天有自信的上下班的那種人，而我也一直想朝那個方向而努力。

一晃眼，十年過去了。

這個「跨世紀產品經理人」的目標，雖然我沒有豪華辦公室跟公司配車位，但在我工作第三年的時候

## <<關係，檔事兒!>>

就已經達到，只是就算達到了，我還是得低著頭在公司的策略簡報會議上被罵、在客戶面前卑躬屈膝、在世貿展的秀場上發傳單、填問卷、打電話給記者請求記者發新聞稿。

職位越高，越是卑躬屈膝的厲害，因為職位越高，就有更多需要卑躬屈膝請人幫忙的地方；職位越高，越要卑躬屈膝讓其他人來接受你。

漸漸的我發現這個「跨世紀產品經理人」並不是這麼的好做，想要做好這個目標，頭一件事情就是要忘掉自己是「跨世紀產品經理人」的身分，因為如果一直想到自己是這個身分，就會跟顧客有距離，就會有莫名其妙的自尊心，而這份自尊心不管在顧客、老闆、同事、家人面前幾乎都用不到，不但用不到，可能還有傷害；只有在朋友間閒聊八卦的時候，可以稍微用到一下，藉此滿足自己一點小小的虛榮心，然後隔天把眼淚擦擦，繼續被人家吐口水。

套句周星馳在電影的梗「自尊心是留在自己心裡尊重用的」。

自尊心都是事業成功之後才有的。

把業績做到才是最重要的，自尊心不是自己想的，都是事業成功後人家給的，所以要的應該是別人的尊重，而不是自己的自尊。

經典小語 「關係管理就是要被客戶吐口水吐到沒有關係，客戶的良好關係才會因此建立。

」

<<關係，檔事兒!>>

媒体关注与评论

中信銀個金總經理 尚瑞強  
北京清華大學社會學系教授 羅家德

國立中央大學管理學院學術中心主任兼EMBA執行長 林文政

<<關係，檔事兒!>>

#### 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>