

<<想做事，先收服人心>>

图书基本信息

书名：<<想做事，先收服人心>>

13位ISBN编号：9789868665132

10位ISBN编号：9868665132

出版时间：2011-1-28

出版公司：大樂文化有限公司

作者：青田卓也

页数：238

译者：張鳳,徐成美

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>

## <<想做事，先收服人心>>

### 前言

打敗無力感，你也做得到 「只要稍微改變一下做法，說不定事情會更順利……」在日常工作中，一般上班族一定有過這種感覺，但多數人都把這種感覺悶在心裡，然後想著：「但這也不是我能力所及的事，更不是我該管的事。」

「我自己的事就已經很忙了。」

「雖然很想改變，可是連主管都不支持。」

「主管不能理解，我也沒辦法。」

結果，不但自己無法前進，更無法解決任何問題。

如果總是想把問題的責任推給主管跟老闆，自己不想做任何努力，那就別再抱怨了吧！或者，你乾脆換一個主管能夠將重心放在你身上的工作，不然就只能繼續忍耐了。

只要看開一點，照著公司的規定做事，只要公司還在，你的飯碗就沒有後顧之憂。

也許，在你的內心深處，你可能認為「企業的改革是老闆應該做的事情。」

但真的是這樣嗎？

改革真的是只有老闆才做得了嗎？

我認為一定也有「因為不是老闆，所以才能做的改革」或是「正因為不是老闆，所以更應該做的改革」。

市面上有很多寫偉大企業家改革成功的豐功偉業的書，學習這些創下豐功偉業的企業家精神雖然很重要。

但無論再怎麼學習，你發現自己心裡還是會有「那也是因為他是老闆才能那樣做」的心聲。

至於那些委託外部專業企管顧問進行的改革，你心中還可能會不服氣地認為「都是因為專業顧問，所以才能那樣做」的想法。

但我還是想強調，每一個人都能進行改革。

因為身為實際在做事的第一線工作者，最能理解工作中問題的癥結，也應該是最能確實解決問題的人。

我曾經在幾家員工人數不少的日本企業任職過，在那段期間裡，我最自豪的就是，雖然我不是社長(類似台灣企業中的總經理職務)也不是部門主管，但我仍然挑戰過幾項企業內部的改革，甚至還在初生之犢不畏虎的二十出頭歲就成功地建議老闆成立新的關係企業。

我從這些經驗中知道一個道理：既使不是老闆，一般上班族，也可以改革。

在本書中我要分享的就是，一般上班族如何凝聚眾人不同的意見，成功推動改革的關鍵技巧，以及一般上班族仍能對公司有革命性影響的真實故事。

我當然也有過不愉快的經驗，雖然希望在團隊中發動改革，但由於沒有做好事前的準備工作而在會議中受到責難及反對；甚至事前已經先到相關部門去商議，也只換來「跟我們部門的營運方針不符」、「沒有這項預算與計畫」等藉口。

不只碰了一鼻子灰，那一份挫折感更是令人難過，當時常常忍不住感慨：這些人到底有沒有在為公司著想。

如果你也有過這樣的經驗，請先不要寒心，等看完這本書再放棄也不遲。

因應市場與消費者喜好的變化，不管是改變文件的書寫格式、調整作業的方式或流程，甚至成立新的工作小組或新的部門，現在的企業中有各式各樣大大小小的改革，正等著你的力量去推動。

再大的巨浪也需要小波浪才能夠集結而成。

雖然企業的改革需要很大的能量才能成功，但是，個人的力量絕對是不能小看的。

而且，克服很多困難而達成目標的同時，不只可以得到成就感，在你個人的生命歷程中更是刻下了不可抹滅的光環，這才是你所做的真正的改革。

11放著沒意見的人不管，他們多半會變成反對派 在改革的時候，絕對不能忽略的就是不贊成也不反對的人，也就是在第一章裡提到的中立派，這些沒有明確意見的中立派，最後可能投贊成票，也可能投反對票。

以一般的邏輯來判斷，大多數的人對新事物都抱持保守的態度，如果放著不管，他們多半會往反對派

## <<想做事，先收服人心>>

游移，因此要針對中間族群好好訂立對策。

首先，就是要在這些不反對也不贊成的族群中，找出有影響力的意見領袖。

意見領袖不管是在公開或是不公開的場合都引導著周遭的人、並且能夠影響企業形成內部輿論，特別是在聚餐這種非正式場合發言的時候，很自然能滲透中立派的意識。

如果可以將這些游離族群帶進「和緩的贊成族群」，企業輿論就呼之欲出了。

因此要有技巧的拉近與意見領袖的距離，先在公司內部製造一股即將有新的事情發生的氣氛。

企業組織是由人所組成的團體，很容易被一般所謂的「流行」與「風潮」所支配。

總之，針對反對票的對策固然重要，但也要製造若有似無的風潮，讓中間游離族群的心中有一股「改變似乎也不錯」的氣氛，進而使其偏向「和緩的贊成族群」。

這就是我所說的「在公司內製造輿論」，特別是在和反對族群的衝突過度激烈的時候，先將目光轉移到中立派的對策這邊來，這個方法在越大的組織或團體內部就越有效。

在與意見領袖溝通時，要非常小心，通常這位意見領袖就是因為無法判斷改革的提案對於工作到底是好是壞，而站在中立的立場，因此，如果劈頭就以非常直接又明確想要說服對方的態度，大多會招來反感。

因為保持中立本來就是一個一般人覺得安全的立場，而且他目前處於中立的立場，不管是跟贊成派或反對派都還沒有切斷關係，選擇贊成也就是等於與反對派敵對，這也是需要勇氣的選擇。

因此，一開始只要把自己對於改革的熱誠和想法告訴對方，至於提案的內容與影響層面以及工作上的細節，先不要太過強調。

如果能讓中立族群的意見領袖說出：「雖然我不太清楚改革的內容，不過他（改革者）的熱情是真心的。」

拉攏中間選民的對策就算成功了一半。

總之，就是要一邊讓和緩的贊成派逐漸形成，一邊製造出企業內部的輿論。

要時候你會發現，只要公司內部的氣氛改變了，反對陣營的信念也會產生微妙的變化。

## <<想做事，先收服人心>>

### 内容概要

想做的事都做不成，辦公室真讓人充滿無力感？

別批評現狀，你會馬上樹敵 冷漠的贊成派，比明顯的反對派要更小心應對 先處理  
中立派，否則他們可能會變成反對派 說服反對派，一定要一對一進行 事情要成，不是只靠  
熱情，你一定要有對的做事方法！

「只要稍微改變一下做法，說不定成果會更好……」在日常工作中，一般上班族一定都有過這種  
感覺，但多數人會把這種感覺悶在心裡，想著：「但這不是我的事，更不是我該管的事。

」 「我自己的事就已經很忙了……」 「雖然很想改變，可是連自己的主管都不支持我，就算  
了吧。

」 結果，日復一日，辦公室變成讓人提不起勁、讓人不快樂的地方。

不管你是想建議新的作業方法、工作流程，或是新產品，甚至成立新部門，身為第一線實際在做  
事的上班族，其實最知道怎麼把工作做得更好。

但想改變現狀，不能只有熱情，更要有方法。

作者在本書中搭配豐富案例說明，想成功，在正式提案前就要開始下功夫，並要針對辦公室裡  
的支持、反對、中立派，擬定不同的遊說對策；然後巧妙應用各種互動技巧，尋求公司上上下下的支持。

不管你是一般上班族或中階主管，是自己提案還是執行新的提案，你都需要學會這些化解阻力、  
收服人心的關鍵技巧。

加油！

打敗無力感，你一定做得到。

## <<想做事，先收服人心>>

### 作者简介

青田卓也（TAKUYA AOTA） 1960年生。  
畢業於慶應義塾大學法學部。  
作者20多歲時在日本大型物流公司從事基層工作，曾成功向高層提議成立新事業，並獲高層任命為新事業的董事。  
作者20多年的職場生涯中不斷在工作中尋求改善成果的機會，曾企劃、推動多項企業內作業方式的調整、新業務的開發等；並在另一家大型物流公司擔任開發新事業的指導人。  
著有《圖解宅急便的架構》（暫譯）。

## <<想做事，先收服人心>>

### 書籍目錄

前言 打敗無力感，你也做得到第一章 認清職場改革的本質1.我是想做事，不是想當社長2.改革就是改善工作方法而已3.從小事做起、從自己做起4.小心「總論贊成，個論反對」的陷阱5.冷漠的贊成者比反對者更要小心應對6.讓別人看到你的堅持7.成功的秘訣就是堅持到成功8.事情不順利，可能是說服力不夠9.別緊繃，放鬆才會想出好點子第二章 在公司內部製造輿論10.改變現狀，就是改變辦公室的常識11.放著沒意見的人不管，他們多半會變成反對派12.讓反對者也成為贏家13.千萬別批評現狀，你會馬上樹敵14.說過的話，再用文字表達一次15.有些意見，聽過就算了16.用餌來刺探「貓型人」的意見第三章 尋求直屬主管的支持17.別以為主管一定會理解你18.讓老闆稱讚你主管，他就會和你心連心19.利用單純曝光效應，增加主管的好感 20.讓主管覺得案子是他自己的21.讓主管覺得和你是「同一國的」22.配合主管的習慣，避免摩擦 23.別逼主管做決定，但要會用他的判斷 24.請主管的朋友替你說話第四章 與反對派共舞25.意見可以不同，關係不能打壞26.說服反對派的時候，要一對一進行27.舉實例，可以降低疑慮28.適時提醒反對派，別成為全民公敵29.精心設計、模糊處理對立的議題30.只和擁護者為伍，會激化反對派的團結第五章 爭取大老闆的認同31.傳球要傳得漂亮32.老闆很忙，千萬別長篇大論33.老闆親信是進言的捷徑34.話不能只有自己說35.要比老闆更專業36.我是老闆的「三號球桿」37.善用老闆的關鍵字第六章 化解部屬與基層的不安38.部屬都有青春期心態：表面聽話，內心不服39.別讓部屬感覺抽到下籤40.你的形象會幫你說話41.放下身段才聽得到真心話42.巡店時，別期望走「紅地毯」43.為了賣啤酒，偶爾也要到餐廳打雜44.別累掛，留點餘力照顧部屬第七章 提案要從餐前酒開始45.一開口，就要贏得認同46.別害怕批評，公開企劃書好處多多47.同一件事要練出一百種寫法48.從大事提案，是險招，也是奇招！49.用「試導入」化解「沒有經驗」的不安50.把提案流程設計成好吃的套餐51.順著對方的情緒說下去第八章 堅持你的改革鬥志52.失敗也是一種成就！53.莫忘「為誰而戰」的初衷54.常常自問，是「不能做」還是「不做」？55.在基層工作學經營之道56.滿足顧客的挑剔，就是在開發商品57.要別人聽懂，至少要說三次半 58.我正在等你問呢！59.因為下雪，人們才會去滑雪60.打動人心，也要用點技巧結語 從讓最小單位的人幸福做起.....

## <<想做事，先收服人心>>

### 章节摘录

11.放著沒意見的人不管，他們多半會變成反對派 在改革的時候，絕對不能忽略的就是不贊成也不反對的人，也就是在第一章裡提到的中立派，這些沒有明確意見的中立派，最後可能投贊成票，也可能投反對票。

以一般的邏輯來判斷，大多數的人對新事物都抱持保守的態度，如果放著不管，他們多半會往反對派游移，因此要針對中間族群好好訂立對策。

首先，就是要在這些不反對也不贊成的族群中，找出有影響力的意見領袖。

意見領袖不管是在公開或是不公開的場合都引導著周遭的人、並且能夠影響企業形成內部輿論，特別是在聚餐這種非正式場合發言的時候，很自然能滲透中立派的意識。

如果可以將這些游離族群帶進「和緩的贊成族群」，企業輿論就呼之欲出了。

因此要有技巧的拉近與意見領袖的距離，先在公司內部製造一股即將有新的事情發生的氣氛。

企業組織是由人所組成的團體，很容易被一般所謂的「流行」與「風潮」所支配。

總之，針對反對票的對策固然重要，但也要製造若有似無的風潮，讓中間游離族群的心中有一股「改變似乎也不錯」的氣氛，進而使其偏向「和緩的贊成族群」。

這就是我所說的「在公司內製造輿論」，特別是在和反對族群的衝突過度激烈的時候，先將目光轉移到中立派的對策這邊來，這個方法在越大的組織或團體內部就越有效。

在與意見領袖溝通時，要非常小心，通常這位意見領袖就是因為無法判斷改革的提案對於工作到底是好是壞，而站在中立的立場，因此，如果劈頭就以非常直接又明確想要說服對方的態度，大多會招來反感。

因為保持中立本來就是一個一般人覺得安全的立場，而且他目前處於中立的立場，不管是跟贊成派或反對派都還沒有切斷關係，選擇贊成也就是等於與反對派敵對，這也是需要勇氣的選擇。

因此，一開始只要把自己對於改革的熱誠和想法告訴對方，至於提案的內容與影響層面以及工作上的細節，先不要太過強調。

如果能讓中立族群的意見領袖說出：「雖然我不太清楚改革的內容，不過他（改革者）的熱情是真心的。」

拉攏中間選民的對策就算成功了一半。

總之，就是要一邊讓和緩的贊成派逐漸形成，一邊製造出企業內部的輿論。

要時候你會發現，只要公司內部的氣氛改變了，反對陣營的信念也會產生微妙的變化。

<<想做事，先收服人心>>

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>