

企业楷模

管理之道

你不可能样样都行, 没有谁无所不能

“没有一个人是无所不能的, 如果当初没有我的及时改变想法, 也许福特公司就不会有这么大的发展, 不管一个人的地位有多高, 也不管他有什么样的成就, 都会不可避免地犯这样那样的错误, 没有谁是无所不能的。”



研究所里, 整个公司技术人员都在在为用“水冷”还是“气冷”冷却发动机发生了激烈争论。大部分技术员都支持采用“水冷”来冷却发动机, 但是福特却认为“气冷”是最好的, 因此整个福特公司生产出来的汽车都是“气冷”式轿车。

在美国举行的一次一级方程式冠军赛上, 一位车手驾驶福特汽车公司的“气冷”式赛车参赛。福特汽车遥遥领先, 但是在第三

圈的时候, 由于速度太快导致赛车失控, 赛车撞上了旁边的防护栏, 油箱爆炸后, 车手被烧成重伤。此事引起了“气冷”式轿车的销量剧减。技术人员要求研究“水冷”式轿车, 仍被亨利·福特所拒绝, 他还是坚持研究“气冷”式轿车, 公司的几名技术人员准备辞职, 但是福特仍然无动于衷。

福特公司的副总经理感到事态严重, 就去找亨利·福特: “您觉得是整个公司重要,

还是做一个技术人员重要?”

福特惊讶的说道: “当然是整个公司重要了。”

副总经理毫不留情地说: “那就同意让他们去研究‘水冷’引擎。”

福特醒悟了过来, 明白了事情的严重性, 也明白了自己一直以来角色的错位。福特亲自召见了所有的研究员, 给他们讲以后公司技术研究的主要方向由他们来决定, 自己只是管理。

想辞职的技术人员均被福特委以重任, 福特也不再插手技术方面的问题, 而是转向了管理方面。后来, 公司的技术人员开发出适应市场的“水冷”式发动机, 加上福特先进的管理技术, 顿时, 福特汽车销量大增。

福特后来感慨地说道: “没有一个人是无所不能的, 如果当初没有我的及时改变想法, 也许福特公司就不会有这么大的发展, 不管一个人的地位有多高, 也不管他有什么样的成就, 都会不可避免地犯这样那样的错误, 没有谁是无所不能的。”

没有谁是无所不能的, 只有正确的认识自己才能有明确的发展, 一个公司如此, 一个人也不例外。

带雨伞上班

叶启恩

最近辅导一些企业高管时, 都说忙得不可开交, 上半年业绩回顾刚刚结束, 急于调整下半年计划之际, 又要开展来年预算, 当然要明年胜今年, 都拼命推动下属最大化开源节流, 以交出完美数字, 祈盼董事们的褒奖, 我于是对他们提醒:

目标进取值得提倡, 信心也不可或缺, 但计划过度追求极限会影响对事情冷静客观的判断, 没预计风险的预算也容易弄巧成拙。世事无绝对, 没有人可以保证全年都风调雨顺没有差错, 就如体育赛事, 联赛冠军也绝少保持一分不失、一局不丢, 甚或一场不败的。

在做企业预算时不计算风险, 就如整年都在悬崖边行走, 一点空间也没有, 心理压力大容易出错。问题出现时更没有补救的机会, 这样必定导致投资回报失衡。不实际的

预算, 出现任何偏差就注定年终无法达标, 除影响业绩, 更打击士气, 谁愿意做已知无法达标的事? 特别是与绩效直接挂钩。

工作中作预算, “把握”是关键。有时运气不在你这边, 做好万全准备, 预估有可能发生的风险及影响, 虽然这样做也不可能完全避免问题的出现, 但发生时至少知道怎样将损失降到最低。做事需留有余地, 以历史数据和逻辑性为基础, 去预估和投资, 总是更加踏实和有说服力。

只要我们明确工作的愿景, 拥有“天晴防天雨”的意识, 意外发生时, 知道每一种状况下离目标的差距, 就可以调整策略, 最终到达胜利的彼岸。

顶尖企业的顶尖高手, 理解“带雨伞上班”的重要性, 学会自信面对可能的状况。未雨绸缪, 并不代表不进取和消极, 提前作好防范措施尽量避免不良影响, 懂得如何走向愿景。今天你带伞了没有?

好的产品不缺, 高明的销售技巧也不缺, 缺的就是一个引领顾客进门的方法, 有时候, 这个方法并不复杂, 关键在于, 你是否愿意开动脑筋, 并付诸行动。

顾客不进店, 再厉害的销售技巧也白搭!

笑看红尘

为什么顾客不进店?

案例 1

上周末, 我跟朋友去逛商场, 想把一整层的女装店挨个儿转一遍。起初是这样打算的, 但是真到了地方, 我们还是有选择性地进了几家, 因为有的店, 我们真心不想进。

比如, 正当我们要进一家运动品牌服装店时, 看到里面三个销售员“形态各异”。

有一个正在那里对着镜子化妆描眉, 有一个翘着二郎腿在玩手机, 还有一个在低头收拾货架, 我们站在门口, 竟然没有一个抬头看一眼, 我们瞬间失去了进店的欲望, 转身奔赴别家。

案例 2

有一家化妆品店的顾客也是寥寥无几, 再一看销售员, 全都穿戴整齐, 画着精致妆容, 面带微笑, 简直无可挑剔, 但是, 为什么好多顾客都是果断地从门前经过呢?

原来, 这家销售员不是太冷漠, 而是太过热情, 四位女销售员整齐划一地在门口立定站住, 把原本不大的门口堵得十分严实, 嘴里一边喊着: “新品打折, 欢迎进店选购!” 一边径直要拉顾客进店, 让人反感。

因此, 大部分顾客都是“过门而不入”, 生怕一不留神被“拐”进店, 就得损失大把银子。

顾客进店之前, 如果感受不到销售员的热情态度, 而是看到对方在忙自己的事, 会不自主地产生一种不受重视的感觉, 对品牌的认可度也会随之下降, 就难怪会失去进店的欲望了。

但是, 如果销售员太过热情, 也是一种不明智的做法, 很多顾客对于表现过于积极的销售, 会有一种下意识的“反抗”, 认为对方有“强买强卖”的嫌疑。

因此, 很多顾客是否进店, 完全取决于销售员的状态, 只有让顾客顺利进店, 销售的技巧才有用武之地。

让顾客进店的 3 种策略

1. 随时做好迎接顾客的准备

不管店里是忙还是闲, 销售人员都应该

默默

亨利·福特是美国著名汽车公司福特汽车的创始人, 他对世界上汽车和摩托车行业的发展做出了巨大的贡献, 甚至好多汽车行业的标准就是以福特公司的标准来制定的。福特本人也因为对汽车行业的贡献而获得了美国总统颁发的“一等勋章”。在汽车制造业里, 福特是一个里程碑的人物。

在福特公司创立的时候, 福特是以技术而闻名的。福特也对自己的技术很有信心。没有人是十全十美的, 在福特技术内部

经营方法

“救星”小树苗

向东

美国纽约州有一家三流旅馆, 生意一直不景气, 老板无计可施, 只等着关门了事。后来, 一位朋友指着旅馆后面的一块空地给老板出了个主意。

次日, 旅馆贴出了一则广告: 亲爱的顾客, 您好! 本旅馆后面有一块空地专门用于旅客种植纪念树之用。如果您有兴趣, 不妨种下 10 棵树, 本店为您拍照留念, 树上可留

“做不到”和“可以学”

陈亦权

上世纪 80 年代末, 一个叫高梅的中国女硕士来到纽约一家银行应聘。挑剔的考官给应试者出了许多古怪问题, 不少面试者都沮丧地离开了。轮到高梅的时候, 考官问: “你能在 30 分钟内将被碎纸机切碎的文件重新拼凑起来吗?”

这显然是不可能做到的事情, 但高梅没有像前面那些面试者那样生气地离去, 而是很诚恳地摇摇头说: “我做不到, 不过我可以学。”“你可以学?” 考官叫了一个职员过来, 考官和他用手相互比划了一番后问高梅说: “你能做到用这样的方式和我们对话吗? 你能学吗?”

高梅听不懂也看不明白他们究竟在比划什么, 根本无从学起。这时, 考官告诉她那种“手语”并不是“哑语”, 是在华尔街极为普遍

半瓶水的责任

李观

一次海难事件中, 8 个幸存者挤在一只救生艇上在海上漂荡了一天一夜, 仅有的淡水是一瓶矿泉水。每个人都狠狠地盯着那一小瓶水, 都想立刻把它喝下去, 船长不得不拿一杆长枪看着这瓶水。

坐在船长对面的是一个秃头男人, 他随时准备扑上去喝掉那瓶救命水。当船长打盹的时候, 秃头男人抢过水就要喝, 惊醒的船长拿起长枪对准秃头男人的脑门命令: “放下, 不然我就开枪了。”他只好把水放下。

船长把枪管搭在矿泉水的瓶上, 双方就这样对峙着。后来, 船长实在顶不住了, 在他昏过去的一瞬间, 把枪踢到了秃头男人的脚下, 说了一句: “你负责分配这瓶水吧。”

原来一心想要自己喝掉那瓶水的秃头

男人, 枪一到手里, 就突然感到自己的责任重大了, 他觉得自己要守住这瓶水的安全并合理分配它, 这是关系到 8 个人生命的重大责任。

接下来的一天里, 他尽心尽力地看着那瓶水, 每隔一段时间, 就往每个人嘴里滴几滴。直到他们获救时, 那瓶救命水还剩下小部分。秃头男人油然而生的使命感成功地守护了大家的生命安全。

当一个人被委以重任时, 他的心灵就会发生奇妙的变化, 就会有自我的价值感, 会感到责任的重大, 变得自律、主动、积极。就像这个秃头男人一样, 从最开始他心中只有对水的渴望, 对生命的渴望, 而当船长把守护那瓶水的责任转交给他的时候, 他不再只存私心, 他变成了一个生命的守护者, 奇迹就这样发生了。

做个有良心的生意人

佚名

清代乾隆年间, 南昌城有一点心店主李沙庚, 以货真价实赢得顾客满门。

但其赚钱后便掺杂使假, 对顾客也怠慢起来, 生意日渐冷落。

一日, 书画名家郑板桥来店进餐, 李沙庚惊喜万分, 恭请题写店名。郑板桥挥毫题定李沙庚点心店六字, 墨宝苍劲有力, 引来众人观看, 但还是无人进餐。

原来心字少写了一点, 李沙庚请求补写

一点。

但郑板桥却说: 没有错啊, 你以前生意兴隆, 是因为心有了这一点, 而今生意清淡, 正因为心少了这一点。

李沙庚感悟, 才知道经营人生的重要。从此以后, 痛改前非, 又一次赢得了人心, 赢得了市场。

人心是一笔无形资产, 是一笔不可忽视的巨大财富。对于企业、商家而言, 经营人心是事业健康、持续发展的关键。

神秘的幸福礼物

王若

格林纳达提前发神秘奖金的创意在当地传得沸沸扬扬, 客户们纷纷被格林纳达的爱心折服, 爽快地把订单交给了他。

格林纳达是澳大利亚墨尔本一家公交车销售公司的老板, 公司近 2000 名员工分散在世界各地。在 2012 年圣诞节前夕, 他送出的神秘礼物让全体员工倍感惊喜, 倍感温暖。

格林纳达是业务员出身, 深知一线人员的艰辛, 也理解他们亲人的无奈, 因为在圣诞节的时候, 很多业务员不能和家人团圆, 无法享受家庭的温暖, 这一直是老板和业务员共同的心病。

在 2012 年 11 月份, 格林纳达决定提前发年终奖, 和往常不同的是, 这次是以特殊的、神秘的方式发放。

为了保密起见, 格林纳达瞒过公司的财务人员, 让儿子杰夫和斯科特亲自去银行汇款, 为了不让员工起疑, 他叮嘱儿子要隔三岔五汇出去一批; 更有趣的是, 他还临时雇佣十名圣诞老人, 亲自把红包送到一部分员工的家里去, 并且规定无论谁问也不许走漏消息。

随着圣诞老人的敲门声和手机短信的提示声, 员工们先后在圣诞节前收到了 1000 美元。

“天上掉馅饼了!”

“圣诞老人送礼物了!”

……

欣喜若狂的同时, 员工们纷纷致电银行, 银行工作人员解释说没有汇错; 有人打电话问公司财务、公司财务人员也一头雾水, 并且说自己也正为神秘的美元而纳闷; 他们又询问家人朋友, 还是没有答案……不久以后, 大家都一致认为, 这确实是上帝派圣诞老人送来的贺岁大礼, 也就心安理得地接受了。

因为有了“上帝”的眷顾, 员工们的心态发生了变化, 相信今后工作和生活将会一帆风顺, 于是纷纷请家人、客户吃饭, 给他们买圣诞礼物。家人和客户在一起分享神秘美元快乐的同时, 纷纷称赞员工像换了个人。与此同时, 订单如雪花般飞往墨尔本总部。格林纳达看在眼里, 喜在心里, 但是他仍然不动声色, 他要让这种神秘奖金的效应持续发酵下去。

直到圣诞前夕, 墨尔本的警察亲自找上门来, 格林纳达无奈之下才说出实情。原来有个员工是基督徒, 他坚信不明之财不可取, 经过再三考虑报了警。警察顺藤摸瓜, 很快就找到了格林纳达, 直到此时员工们才恍然大悟。

格林纳达提前发神秘奖金的创意在当地传得沸沸扬扬, 客户们纷纷被格林纳达的爱心折服, 爽快地把订单交给了他。

后来记者在采访时间: “明年会再发奖金吗?”

格林纳达轻松地回答: “当然会, 下一次我们会根据个人的贡献大小合理分配。再说了, 发奖金本身就是一件幸福的事情, 对我来说, 并没有多付出一美元, 为什么不让大家更高兴一点呢?”

值得一提的是, 格林纳达童心未泯, 有一天还亲自客串了一把圣诞老人, 那次是他笑得最多、最开心的一次, 因为自己带着幸福和员工们捉迷藏, 而他们却浑然不知。同时他还感谢众多家属们, 是他们把幸福和快乐传递给自己。

可见, 幸福并不神秘, 但是神秘的幸福最幸福, 管理之道不过如此。

