

企业楷模

张海生

日本神户制钢所为了提高本企业研究部门新进年轻员工的开发能力,开始推行一种被称为“兄弟制度”的互助共学方式。所谓的“兄弟制度”就是每位新进的“家庭”成员,都必须与一位在神户制钢所工作达五年以上的资深研究成员结成“对子”,拜为兄弟。在共同的“家庭”生活中,兄长负责新进员工的培养教育工作,而作为弟弟的员工必须在谦虚求学的基础上,为“大家庭”的发展献计献策。

“兄弟制度”的推行,使得新老员工之间有了一种紧密联系的纽带。虽然这不是血缘的生活,但那种朝夕共处、相互切磋的组织生活方式在新老员工之间培养了犹如亲兄弟般的情谊,而且一向冷漠的研究开发部门,也因此变成了充满人情味的工作场所。

温暖“大家庭”的建立是组织中每个成员共同向往的,这不仅需要上司积极健康的引导,也需要每个人主人翁精神的树立。

在一个企业内部,中高层管理者与员工之间是什么关系,完全取决于管理者如何对待员工。能够体贴、关心员工,二者就是鱼水关系;员工这条鱼不会离开企业这池水;如果管理者仅仅把员工看成是一个工具,对其缺少人文关怀,二者就是油水关系,彼此貌合神离,且员工也完全是拿薪水做事,缺少积极主动的工作热情;如果管理者把员工当成剥

温暖“大家庭”的建立是组织中每个成员共同向往的,这不仅需要上司积极健康的引导,也需要每个人主人翁精神的树立。

神户制钢的“兄弟制度”



削的对象,盘剥甚至压榨员工的既得利益,那二者就会是水火关系,彼此形成对立。

因此,公司管理者不能简单地把员工关系理解为雇佣关系,而是应该发自内心地关爱员工,这样才能赢得员工的

心,员工才会把公司的事情当成自己的事来做,能够自我管理以及主动工作,只有这样公司的经营目标才能得以实现。

经营方法

费雷德卖烟缸

王同

弗雷德是一位美国著名的推销培训师,作为嘉宾应邀出席电视台的节目。节目主持人迈克在介绍弗雷德出场时说:“让我们欢迎全球最出色的推销员来到我们的节目现场。”据弗雷德所言,当时他完全不知道下面要讨论的问题是什么,也不知道他们究竟有什么计划,他对此一无所知。

紧接着,迈克又问他:“弗雷德,听说您被称为是全球最好的推销员,那么,您就向我推销一些东西吧!”话音刚落,弗雷德回答说:“迈克,您希望我卖什么东西给你呢?”——你看,弗雷德立即将现场的控制权交给了“客户”。弗雷德的这一举动使迈克大吃一惊:有些人在听到上述的话后往往会不知所措,而弗雷德却紧接着就开始提问而非对自己的问题进行解释。

迈克在左顾右盼之后回答说:“哦,就买这个烟缸吧。”迈克话音刚落,弗雷德就提出了另一个看起来似乎很天真的问题:“您为什么要买它

呢?”迈克再一次对这个问题感到吃惊,然后看着烟缸缸说:“哦,它看上去很新,外形也很美观,而且其色彩也鲜艳。除此之外,最近,我们刚刚搬到这个新摄影棚,暂时时还不想处理掉。”

弗雷德对此不做说明,却利用提出问题让迈克自己说出购买的原因及其为什么看中这个烟缸缸。于是,弗雷德接着说:“迈克,你愿意花多少钱买下这个烟缸缸呢?”

迈克听后显得有点迷惑不解,他说:“我最近还没有买过烟缸缸,但是,看到这个这么漂亮,体积又这么大,我想我会花 18 美元或 20 美元买下来。”弗雷德听到这句话后,立刻接过话题说:“那么,迈克,我就以 18 美元的价格把这个烟缸缸卖给你。”这样交易就結束了。

弗雷德问了三个问题,得到了一个自己想要的结果,总共说了四句话。表面上看,完全以客户(迈克)为中心,由客户唱主角,而实质上或从内心活动来看,客户(迈克)思前想后为自己寻找合理的理由,而弗雷德控制整个局面,得到想要的结果。



我们已经习惯了“正着想问题”的思维模式,偶尔尝试下“倒过来想”,在企业经营中就能催生出一些好的策略。

“逆向思维”创造的收益

杜正梅

北京某制药企业刚刚生产出来一种特效药,价钱比较高,企业又没有很多预算做广告和促销,所以销量一直不是很高。有一天,企业在运货过程中无意将一箱药品丢失,面临几万元的损失。

面对这样一个突发事件,企业的领导层没有简单地惩罚当事人了事,而是将问题倒过来想,试图从问题的反方向来解决,并迅速形成了一个意

者,但是需要在医生指导下服用,因此企业本着对消费者负责的态度,希望拾到者能将药品送回或妥善处理而不要擅自服用。

企业最终并没有找到丢失的药品,但是声明过后,通过媒体、读者对该药品、品牌和企业的认识度与信赖感明显提高。很快,药品的知名度和销量迅速上升,这个创意为企业创造的收益已经远远高于丢失药品导致的损失了。

“逆向思维”的方法可以拓展我们在营销的决策:马上在各个媒体上发声声明,告诉公众自己丢失了一箱某

老虎的孤独

佚名

作为森林王国的统治者,老虎几乎饱尝了管理工作中所能遇到的全部艰辛和痛苦。它终于承认,原来老虎也有软弱的一面。它多么渴望可以像其他动物一样,享受与朋友相处的快乐;能在犯错误时得到哥们儿的提醒和忠告。

它问猴子:“你是我的朋友吗?”猴子满脸堆笑着回答:“当然,我永远是您最忠实的朋友。”

“既然如此,”老虎说:“为什么我每次犯错误时,都想不到你的忠告呢?”猴子想了想,小心翼翼地说:“作为您的属下,我可能对您有一种盲目崇拜,所以看不到您的错误。也许您应该去问一问狐狸。”

老虎又去向狐狸。狐狸眼珠转了一转,讨好地说:“猴子说得对,您那么伟大,有谁



能够看出您的错误呢?”

和可怜的老虎一样,许多主管也时常会体味到“高处不胜寒”的孤独。由于组织结构上的等级制度,主管和部属之间隔着一道深深的鸿沟。所有的部属对你的态度,都像对待老虎一样敬而远之,因为指出你的错误容易,可万一你恼羞成怒,指出你不是自取其祸吗?更何况,由于立场不同,有些部属不仅不会阻止你犯错,反而会等着看你的笑话!尤有甚者,个别员工可能等的就是你倒台的这一天,他正好可以取而代之。

想要部属指出主管的缺点或错误,必须满足三个条件:第一,他能确信自己得到好处;第二,他得足够勇敢;第三,作为主管的你,具有明辨是非的眼力和包容的胸怀。

舍弃人生之“盐”

佚名

土壤中如果盐碱过多,就会危害植物的正常生长。但是,有一种叫怪柳的植物却能在盐碱地里顽强生存。

怪柳是一种乔木,树皮呈红褐色,叶子成鳞形生在纤细的小枝上,微风吹来,一丛丛怪柳飞红挂绿,别有一番景色。走近怪柳时,你会发现它的茎和叶上,有一粒粒白色的结晶,如果你尝一尝,会感到又咸又苦,这是怎么回事呢?原来,怪柳的根在从盐碱土中汲取水分时,会同时吸收大量的盐碱,但它的体内并不积累,于是,这些盐碱由水带着,通过怪柳的茎、叶表皮排到茎和叶的表面,水分很快就蒸发了,盐碱却留在

茎叶表面,形成了一粒粒白色的结晶。

怪柳无法选择自己的生存环境,但是,当它面对阻挠其生存的盐碱时,没有怨天尤人,更没有退避三舍,而是巧妙地选择将身体里的盐碱排出来。

怪柳的智慧值得我们学习。在漫长的人生岁月中,每个人总会有一些不愉快,总会生有一些烦心事。就像吃五谷杂粮,人总会生病一样,没有谁能避开烦恼。烦恼能让快乐的人变得忧愁,让郁闷的人变得忧伤,让苦恼的人变得更加痛苦。

其实,让烦恼走开也很简单,那就是——学会抛弃它!我们要学会忘记,学会清理,学会整治。学会舍弃人生之“盐”,生命之树才能幸福长青。

帮助别人成就自己

田野

近日,美国《华尔街日报》统计了 1000 年来世界上最富有的 50 位商人,中国商人伍秉鉴和美国商人阿斯特都名列其中。据资料显示,伍秉鉴的最高财富为白银 2600 万两,阿斯特的最高财富折合白银 2300 万两,他们二人先后成为清朝道光年间世界首富。

伍秉鉴是清朝道光年间怡和行的老板,主要经营钱庄、地产、茶园、店铺等,在广东享有盛名。阿斯特是一位年轻的美国商人,当时,阿斯特包了一条船,准备把中国的茶叶运到美国去销售。当时有一条船可以装下一万担茶叶,可是他却有买 5000 担茶叶的钱。于是,阿斯特希望伍秉鉴赊给他 5000 担茶叶。阿斯特承诺:自己一直留在中国,直到货款从美国带回来!

伍秉鉴这回走了一步险棋。因为,阿斯特既没有担保,又在广东没有其他生意。如果阿斯特是个骗子,那么,伍秉鉴将失去 5000 担茶叶。而这 5000 担茶叶相当于 72 万两白银,这可是一个不小的数目。不过,伍秉鉴很

欣赏阿斯特的胆略,同时,也很愿意拓展美国的茶叶市场。所以,他决定冒这个风险。

可是后来那艘满载茶叶的船离开广东港不久,就遭遇了十年不遇的大风。船沉了,船员也都全部遇难。消息传来,阿斯特痛哭流涕,恨不得跳到大海里寻死。正在这时,伍秉鉴派人来找阿斯特。

伍秉鉴从口袋里掏出阿斯特亲手写下的借款合同,当着阿斯特的面撕掉。然后,伍秉鉴又取出一张 50 两的银票递给阿斯特说:“你的借款已经还清了。这是你回家的盘缠,你可以回家了!”阿斯特一下子愣住了。不过,他很快就明白过来。他拿起那张银票,按照中国人的礼仪,跪下,磕了三个响头,然后,含泪告别了伍秉鉴。

阿斯特回到美国,很快东山再起。他不仅还清了伍秉鉴的债务,而且,还帮助伍秉鉴在美国扩展茶叶、铁路、证券等业务,伍秉鉴也成为当时世界上最富有的人。

这个故事告诉我们一个道理,那就是帮助别人其实就是成就自己。如果伍秉鉴不在阿斯特最困难的时候伸出援助之手,也就成就不了自己日后的大业。



管理之道

一个企业的繁荣不仅仅依靠一两个优秀的员工就可以达到,那是需要全体员工上下一致,共同完成的,但是在这个过程中,管理者往往会忽视这一点,过分重视那些表现突出的员工,而漠视那些平凡的员工的切身利益,而这样做的结果很容易导致企业的资源浪费,阻碍企业的长期发展。

晓霞是一家公司的主管,效益第一一直都是她的目标。晓霞把下属分为两部门:效益型和平庸型。为了追求更大的效益,晓霞把她认为平庸的员工都赶走了,然后陆陆续续地招进来很多“人才”,但是几个月过去,晓霞所带领的部门效益不但没有增加,反而下降不少,而且员工内部也出现了不少问题,因为大家都想当创造第一的人,故彼此之间相互排挤,恶性竞争。最后晓霞也因为管理不善而被领导免职了。

晓霞到最后都不能理解,为什么她把最好的员工都聚集在一起了,还会出现这样的问题?事实上,晓霞犯了一个最严重的错误,漠视表现平凡的员工的作用,而这也是很多管理者都可能会犯的一个错误。一个平凡的员工,甚至是一个表现很“平庸”的员工,他或许创造不出“人才型”员工所能创造的效益,但是他却是公司可以正常运营的基础。

“平庸的”员工不争强好胜,心态平和,愿意做辅助性的工作,更重视规章制度,愿意听从领导的指示,等等,换言之,平庸的员工是一个企业中最重要的一部分。

看看您的团队中哪些员工是效益型,哪些是平庸型?不如给平庸型的员工竖起大拇指,告诉他们公司可以正常运营的基础是因为他们。

听了两个关于剪发的故事,很有意思,值得思考。

一个周末,老张摸了摸自己的头发,已长到耳朵,于是沿街找发廊理个发。发廊很多,拐角处找到了一家,一个顾客也没有,店里只有一个女孩在沙发上有滋有味地玩着手机。

见老张进了店,女孩热情地招呼,引老张在一面大镜子前坐下,然后帮老张围上一块落发布。只见她纤纤玉手拿起台上的剪刀,“噌噌”在老张头上剪了一缕头发,动作麻利而迅速。老张心想,找对头了,这女孩出手不凡,手艺肯定很好,小伙真人不露相,藏得蛮深呀。

剪完后,女孩重又回到沙发上玩起了手机。等一会儿,老张有些好奇地望女孩,忍不住问:“小妹,你不是要给我理发吗?”

女孩头也不抬,继续玩手机,说:“等一会儿嘛,师傅不在。”

听到这话,老张气不打一处来,怒视着大镜子里的她,张嘴开腔:“师傅不在,我自己等呀,你剪我的头发干什么?”女孩见老张语气不悦,抬起头轻声细语地说:“大哥,我要不在你头上剪一下,你等不及,跑到别人家剪怎么办?”老张真的是哭笑不得。

另一个故事是,姚先生剪头发认识一个发型师。收费比大部分人贵,但他的生意却非常好,姚先生常常和别人说起这位发型师。这个发型师绝不染发,绝不烫发,绝不向客人推销任何产品。他的理由是:第一,用最简单的方式能让客人满意才算是手艺;第二,我的客人是理发的,不是推销的。

如今,对职业和客人的尊重俨然已经成为一种稀缺资源。很多人只想轻松挣钱,却不愿辛苦跋涉,这些人,不懂“业精于勤荒于嬉”、只想立竿见影,却不愿默默努力,这些人,不懂“量的积累,才能引起质的变化。”

时下,不同的销售理念和销售方法已影响到我们生活中的方方面面,但不忽悠、不苟且、不应付、不模糊,把自己正在做的事情做好,做认真,才是正道,才能适应这个社会的需要,才能够得到人们的尊重。

不要忽视『平庸型』员工

马阳

剪发留客的销售思维

唐崇健