

# 为何唐僧是领导而孙悟空是打工仔

小时候读西游记总有一个疑问——那个唐僧那么无能，为什么孙悟空非要带着他去取经呢？如果孙悟空自己去取经，不就麻烦少多了么？后来长大了，工作了，先被人领导，之后又领导别人，总算明白了，原来唐僧领导孙悟空是有道理的，如果不是这样，取经这项伟大的事业就不能成功了。唐僧究竟有什么东西，是孙悟空没有的呢？究竟是什么因素让唐僧是一个领导，而孙悟空只是一个打工仔呢？

## ① “崇高信念”

第一个东西，唐僧有，而孙悟空没有的是“崇高信念”。唐僧在自己的崇高信念面前，丢掉性命都不会眨眼，而孙悟空就不会了，他能力很强，但是他没有坚定不移的信念，多次打退堂鼓。没有信念的人，就不能给别人以信心，就不能给别人以动力，遇到困难就容易退缩，领导者都胆怯了，退缩了，团队就会散掉；而信念不够崇高也不行，自私自利的信念，小富即安的信念，都让别人离你而去。我们对比一下水浒里的宋江，一个没有崇高信念的人，最后被招安了，他的最高理想就是这样，所以他葬送了他的团队。

现在有些企业家总是抱怨员工忠诚度不足，刚刚学会点业务，就跳槽了，刚刚结交几个客户，就自己去开公司了。这当然有社会的因素，有员工本身的原因，但是企业家也要自己检讨一下自己，你自己是否有崇高的信念。一个企业的终极目标是为老板创造更多的利润，并留下最多的钱给他的子女；而另一个企业的终极目标是为社会提供更加优质的产品和服务，企业家更是在去世之后把多数个人财产捐给社会；请问哪一个更配拥有忠诚的员工？

## ② “无能”也是一种领导者的财富

第二个东西，唐僧有，而孙悟空没有的是“无能”。“无能”也是一种领导者的财富！唐僧那么无能，于是他就会欣赏有本事的人，能够包容人们的其他缺点，才能找到三个有本事的徒

弟来保护自己。如果唐僧神通广大，孙悟空就不会愿意跟着他了，正是因为唐僧无能，所以孙悟空就有了用武之地，就使得他可以充分实现自己的价值。

我们看看能力很强的孙悟空，他本人在花果山的徒子徒孙，全部都是饭桶，没有一个有用的。他本事太大，他就瞧不起其他有本事的人，于是其他有本事的人就不喜欢跟着他。他自己太强，他的团队就变成一群饭桶。西游记有一章，孙悟空和唐僧闹翻了，自己搞了一个假团队打算去取经——幸好没去，要不然见到厉害的妖怪，把孙悟空捉住，谁去救他呢？谁去搬救兵呢？他自己的团队都是饭桶，只好看着自己的领导送死。而唐僧就不会，别看他什么都不会，但是他却很安全。当年司马懿抓住蜀国的小兵，问他诸葛亮每天都干什么，小兵想这个不算情报吧，就说丞相凡是责罚 20 杖以上的军法事宜，都要亲自监督。司马懿就知道了，诸葛亮肯定会被累死。太能干的领导，敌人没来，自己就累死了，而唐僧这个无能的长生肉，却还能一直很安全。

中国很多企业都有一个非常能干的老板，同时带着一群饭桶员工。开始创业的时候，为了生存，可能是必须的，但是一旦生存问题解决了，企业家就要考虑怎么给员工搭建让他们发挥自己价值的平台，同时去寻找那些弥补自己不足的员工；而不是事必躬亲，甚至在一些专业问题上不懂装懂，这样一方面自己筋疲力尽，忙于应付，自然没有发展的余力；另一方面，员工也被矮化成“手脚”，企业就陷入了发展瓶颈。有些老板说，不成呀，我不放心呀，如果公司依赖于一个孙悟空，万一他使坏，我怎么办呀？呵呵，紧箍咒呢？要建立制度约束——千万别忘了这个。

## ③ “仁德”

第三个东西，唐僧有，而孙悟空没有的是“仁德”。唐僧的仁德之心对妖怪都会怜悯性命，自然不会恶意算计自己的下属，克扣他们的工资，欺骗他们加班，对他们进行洗脑教育，利用他们承担法律责任，规避自身风险等等，唐僧虽然利用三个徒弟保护自己，但

是又绝对没有恶意剥削他们的意思，而是带领他们一同努力，共同成长，一起成功。最后，唐僧的三个徒弟也都有了自己的成就，唐僧没有像赵匡胤一样，“杯酒释兵权”，或者“飞鸟死，走狗烹”。对比孙悟空，他的这种意识就差远了，他后来成了斗战胜佛，而他花果山的猴子们呢？还是一群猴子罢了。

日本有一家企业，把员工的父亲们都请到公司里来和管理者座谈，企业老板对所有管理者说，当你们不知道该怎么对待自己的下属的时候，就回想一下今天，这些员工的父亲把孩子托付给你们，是希望你们可以教他们成长，带领他们成功。你们要想一想自己是否对得起这样的托付。

中国的很多老板可能是受到了《资本论》的影响，认为做老板的只有剥削工人，才能够赚到钱，而且理所当然的认为资本的原始积累必须是肮脏的。其实，一个真正的领导是带领员工创造新的价值，带领他们一同成功的。国内有一个企业家曾自豪的说，我不想说我赚了多少钱，我只想告诉各位，我们创造了几十个百万富翁和千万富翁。

## ④ “人际关系”

第四个东西，唐僧有，而孙悟空没有的是——“人际关系”。唐僧的前生就是释迦牟尼佛的弟子了，而孙悟空

天生地造的一个没有任何关系网络的石猴子，虽然也拜了一个师父，但是和师兄弟关系都不好，还被师父赶走了；和牛魔王拜把子，后来又闹翻了；和东海龙王是邻居，还抢了人家的东西；和二郎神等一些天官天将是同事，可是不给人家面子，后来还大闹天宫踢了很多人的屁股。总之，孙悟空的人际关系不大好。

而唐僧就不同了。他见到神仙就磕头，没有任何仇家。他不仅是如来佛的弟子，还是唐王李世民的拜把兄弟。人神两届的高层关系他都有了。人际关系不仅仅是好，而且还都是高层关系，通天的关系呀，这样的人做老板，就会顺风顺水。

社会是由人构成的，这个地球如果没有了人，一切财富，一切物质都没有任何意义。人是世界上最本质的资源，是所有财富的创造者。一个老板，要懂得对外创造人际关系资源，对内创造优质人才资源。

唐僧比孙悟空多了什么东西呢，那就是有崇高信念，无能但是懂得用人，有仁德之心，具有良好的人际关系，所以唐僧可以做领导，来领导孙悟空，而孙悟空虽然是我们心目中的英雄，但是他自己做不成伟大的事业，他必须要依靠一个唐僧一样的领导来带领。从这个意义上讲，唐僧才是英雄，至少应该是我们企业家崇拜的英雄。

(来源：宣讲家)



# 经销商老板如何提高领导力

崔自三/文

在全国各地授课，很多经销商老板都经常提到这样一些问题：员工为什么越来越难管了，团队的凝聚力、战斗力为何难以提升？下游客户忠诚度为什么会越来越难以把控，自己的号召力为何不再象以前那样灵了？如何才能让自己振臂一呼，而应者云集……

当然，涉及到以上问题的原因会有很多，但有一点不可忽视，那就是随着员工及下游客户素质的不断提高，经销商老板必须要与时俱进地提升自己的素养，尤其是要提高自己的领导力水平，站在一定的高度，掌握全局，不断地提升驾驭团队及市场的能力，此为经销商公司核心竞争力之关键。

那么，什么是领导力呢？领导力，是指在一个组织中运用个人魅力，影响他人，使他人全心全意去完成组织绩效目标的一种行为能力。它其实是一种更高层次的管理，但它区别于管理。管理往往运用的是行政手段或职权，领导力体现的却是个人威望与内在魅力，管理着眼于“事”，领导着眼于“人”，领导力，是经销商老板带领团队实现更高目标，发挥最大价值不可或缺的一项素质。

提高领导力，要重点从以下几个方面入手：

## 第一，修心养性，不断修为

很多经销商学历是不高的，小学、初中、高中毕业，有的甚至小学都没上完，靠着当年的胆魄，或者“逼上梁山”，从小生意，甚至地摊做起，不断积累，终于有了今天的模样，但近年来，随着市场竞争的加剧，这些经销商老板明显感觉到在经营上的吃力，无法真正实现从夫妻店向公司化、规范化转变，无法打造稳定的团队，员工来来去去如过江之鲫，当然，造成这种现状

的原因会有很多，但经销商老板首先要从自身查找原因，自己是否随着公司的扩大，而不断地通过学习，提高自己的品德与素质？要不要成为一名儒商，恪守“仁义礼智信”、“温良恭让”，以德服人，汇聚英才？一流的老板，才会有一流的员工，只有把自己打造好了，才能吸引志同道合的仁人志士，共同开创事业的新天地。

## 第二，做强做大的企图心

一些经销商老板老是抱怨招不到或留不住优秀的员工，试想，一个鼠目寸光，小富即安，缺乏雄心壮志，只想着自己吃饱、吃好的老板，会有优秀的员工追随吗？领导力的实质是一种追随关系，只有有了高远的战略目标，不断的进取精神，才能汇聚优秀的员工加盟，才能齐心协力，共创大业。笔者培训过的深圳某经销商公司，不仅把代理的国内某品牌产品做到了全球，而且还在香港上市，后来，这家经销商公司还把关联的国内的一家制造企业收购了，企业做大的同时，也让员工获得了较快的发展，最终企业与员工达到了双赢。

## 第三，拟定组织愿景

没有共同愿景的组织，是涣散的，也是无法长久的，经销商老板要通过与员工一起制定组织目标与愿景，将目标分阶段实施，才能让所有员工知道组织会去哪里，怎么去，会得到什么样的好处，这中间会有什么样的机遇，又会遇到哪些挑战，让大家知道，每个部门，每个员工要扮演什么角色，从而让大家发挥主人翁的责任感，推动企业快速发展。某有机食品经销商老板为自己的公司定位是“不做第一，就做唯一”、“换个角度我们就是第一”，秉持这些理念，寻找市场的缝隙与细分市场，从而在自己所处的行业做到了细分品类的第一，他的这一发展理念，

也让公司上下佩服，老板在员工心目中的威望自然而然就树立起来了。

## 第四，激发团队士气

一个优秀的老板，一定是一个激励高手。经销商老板要通过公平、公开、公正的绩效激励机制，从内在激发大家从事工作的积极性，比如，新疆伊犁有一个经销商，每年都把纯利润的 30%作为管理层分红，间接地改变了光会要钱、花钱，不问结果的铺张浪费的现象，也让费用好钢用到了刀刃上，让赢在中层落到实处。也有经销商采取“三分能力，四分待遇，五分工作”这种高工资考核的方式，激励大家冲刺更高的目标。其次，要通过自身的激情、阳光、率先垂范、严于律己等，来带动大家热情洋溢地工作，要记住，榜样的力量是无穷的。最后，经销商老板还要打造团队士气文化，比如，定期组织员工活动，让每个人都参与进来，每个团队起一个具有代表性的队名、队呼、队歌，并经常展现等。辽宁有一家经销商公司，每年都通过组织员工在大海边举办篝火晚会，员工自编自导自演，老板与员工一起参与，大家就像兄弟姐妹，既释放了工作压力，又找到了“家”的感觉，大家有着强烈的归属感。

## 第五，知人善任会授权

万科的王石曾说：“作为管理者，我做三件事。第一，决策，做不做；第二，用人，谁去做；第三，责任，他一旦做错，你承担责任，无论什么原因。”他把用人和责任，作为管理的两大法宝，但很多经销商，包括一些上了规模的，往往不懂用人，不能将合适的员工用到合适的岗位上，比如，有一经销商，花重金从大企业聘请了一个市场经理，但却整天让他跟着货车做一些搬运卸货或在办公室写写画画的工作，最终的结果，是这位员工离职，他还为

此不解，“这么高的工资，他为何还要走？”殊不知，高工资仅仅是留住员工的一个方面，广阔的施展空间，愉快的工作环境等等，都是吸引人才的重要因素。经销商老板还要根据自身实际，逐步放权、授权，不能芝麻大的小事都要向老板请示汇报，这样，不仅会让大家推卸责任，而且也不利于树立中层管理人员的权威。优秀的经销商老板就要知人善任，能够根据员工的实际能力，安排合适的工作，并适当给予授权，责权利相结合，这样才能发挥大家的主观能动性，让大家把工作做好做到位。

## 第六，勇于创新，敢于突破

一些经销商公司没有活力，上下都处于一种死气沉沉的状态，市场业绩也不温不火，厂家视之为“鸡肋”，这类经销商也是徘徊在要么往上发展到新的层次，要么就是没落成零售店，或转型，或倒闭。其实，经销商只有大胆尝试，不断创新和突破，才能获得新的发展空间。比如，有些地方的经销商，就自发地结成商业同盟，订立章程，一致对外，他们通过“抱团”的形式，给进驻的大商场、大客户谈判，从而获得更多的话语权、主动权，以最小的成本运作市场。同时，也要大胆地向厂家争取条件，比如，扩大销售区域，品类互换，OEM(原始设备制造商，俗称贴牌生产)、ODM(原始设计制造商)模式，实施合作创新，更多地掌握市场的定价权、操作权。经销商老板只有创新，才能让公司上下充满激情和朝气，才能把公司不断地跃升到新的发展阶段。

兵熊熊一个，将熊熊一窝。大海航行靠舵手。经销商老板只有不断地提高自己的领导力，树立远大的目标，才能众望所归，才能带领员工，群策群力，克服困难，不断地把企业带到更高的高度，让企业在员工的成长中发展，让员工在企业的发展中成长。

Tom Searcy/文

我的一位朋友也是我的同事詹妮弗·帕卢什(Jennifer Palus)是一位公认的微观管理者。最近她给我写信，在信中她提到了一些关于微观管理冲动的事情。她认为她的下属的某些行为可以触发她的微观管理倾向。

她说：“我的微观管理倾向可以潜伏很长一段时间；它们会被几种行为唤醒”。以下她谈论了几种常见的引发事件，以及一些你和你的员工可以一起采用的方法，这些方法可以帮助你和你的员工在微观管理周期开始之前避免其发生。

### 缺乏包含

员工等待告诉你他们已经改变了计划，但是这时你不同意或者做出反应已经为时过晚。

细想一位员工同意在长达一天的会议中开始一个详细的项目。当大家都聚集到一起准备开会的时候，她把她的老板拉到一边说她没带任何材料，因为她已经重新考虑了这个项目，要等到下周才能做出决定。她解释了她的逻辑，而且她的逻辑也不是没有道理。然而，她的时机非常糟糕。她有效地迫使她的老板在没有讨论和辩论的情况下接受了她的建议。那位老板没有选择。我可以向你保证将来这位老板将会超级警惕让这个人遵守已经达成一致的事情和期望。换句话来说，她通过打破信任和在一个关键决定上绕过老板的参与训练了她的老板对她进行微观管理。

更好的方法：如果你的员工有更好的建议，鼓励他们畅所欲言——但是不是在最后一分钟。给出足够的时间让他们讨论和做决定，允许他们展示他们的选择和推理。

### 缺乏实施

那些经常错过最后期限或者不兑现承诺的员工们往往声称他们忘记了。

每个人都会时不时地忘记事情。我进入了生活中欣喜若狂的部分，你带着目的走进一间不同的房间，结果却完全忘记为什么进来了。所以，对于诚实的健忘还有一点余地可言。也就是说：员工们看起来似乎总是“不小心”忘记你的任务和要求，他们可能唤醒的内在微观管理者。在这样的事情发生了第五或第六次以后，你可能会认为这位员工完全不堪重负或者是彻底无能，有精神问题，没有任何组织技巧或者是在利用消极被动的方法。

更好的方法：找到一个适合你和你的员工的提醒系统(实际上有成千上万种方法)。

### 缺乏确认

那些似乎忽略直接问题和请求的员工。

或许他们认为你的问题夸张。或许你的问题只是刚好掩埋在他们收到的其它 2000 封电子邮件中。或许他们正在收集信息，他们感觉在信息收集完成之前不能回答你的问题。无论原因是什么，当员工们不告知收到问题的时候，他们就启动了你微观管理大脑中的按钮。你可能会开始恐慌，忽略你的电子邮件可能意味着员工也会忽略客户的问题和他们工作的其它重要方面。一封电子邮件第三段中容易被忽视的问题已经成为员工品质的试金石。

更好的方法：让员工告知已收到所有收到的请求，即使是告诉你他们需要两到四天才能提供一个完整的答案也要如此。要相信交流周期完成会给每个人一种平静的感觉。

### 缺乏采纳

不注意或者拒绝你的才华也就是你的个人喜好的员工。

以下是一个个人的例子。当相同的文件有类似版本(例如每个月都会生成的预算文件)并且文件的名称包括日期时，我使用的格式是年月日。我发现这样对整理文件非常有帮助。如果我是你的老板，我想要看到你采用这种方法。我认为这种方法很聪明也很有帮助，而且要点是我欣赏别人同意我的意见。如果你忽略这个方法并且继续使用月日年的格式，我想知道你是否理解我的解决方案的简洁性和高效性：如果你发给我的文件命名成 BudgetJAN2012 (预算 2012 年 1 月) 或者 BudgetMAR2013 (预算 2013 年 3 月) 这样的格式，我会认为你不是非常有条理和逻辑，因为你的文件按照字母排序的话会是这样的 APR (四月) — AUG (八月) — DEC (十二月) — FEB (二月)。觉得我很挑剔是吗？当然，但是依据我的个人经验来看这个方法相当准确。

更好的方法：如果你有独特的做事方法或者你比较喜欢的做事情方法，鼓励你的员工针对这种方法提问题。然后你就可以解释你的方法背后的思考过程(或许你甚至可以承认这是一次意外，让员工们忽略它)。员工们将更可能采取这种方法或者至少会尊重这一思考过程。

我并不是因为我的微观管理倾向而骄傲；我知道它们非常烦人。同时，如果我与不按照规定期限完成任务或者没有兑现承诺的人一起工作，我宁愿惹恼我的团队也不愿意达不到团队目标。我认为大多数老板可能都会有同样的想法。

如何避免成为微观管理者？