

顶尖商学院的“人脉课”

何讯

“进商学院是求学还是求人脉?”在国内作为一个话题早已存在,并因王石婚变而大白于天下。其实,“人脉价值”是每一个商学院的重要属性,越是顶尖的商学院,它所搭建的人脉网就越广越深。美国斯坦福研究中心一份调查报告指出:“一个人赚的钱,12.5%来自知识、87.5%来自关系。”

面对“人脉”这个话题,美国的顶尖商学院并不避讳,反而非常大方地向每一个前来学习的商界或政界精英传授“人脉课”,还会利用学校深厚的关系网打造属于学员自己的“人脉圈”。

通过了解哈佛商学院学习小组的运作方式、体验沃顿商学院派对文化、感知塔斯克商学院校友会的忠诚,也许你就明白:在商学院求人脉,其实是一门必修课。

◎建学习小组

美国教育界有这样一种说法:“哈佛大学是全美所有大学的一顶王冠,而王冠上那夺人眼目的宝珠,就是哈佛商学院。”进了哈佛商学院,就等于进了一个超级开放、超级密集的人脉大课堂。在这里无论是开学典礼,还是课堂学习、课外游学,所有的学习项目,同时也是一堂人脉课。

日本天才猎头、Pronova(职业会所)股份有限公司董事长冈岛悦子便是一名哈佛MBA毕业生,在她的畅销书《我在哈佛学到的人脉课》中,向人们展示了哈佛特有的“学习小组”教学模式,这种教学让人脉成为一种不知不觉浸入你身体每个细胞的文化、习惯、气场、氛围。

“你认识谁比你是谁更重要!”这句话是在哈佛广为流传的观念,这也是冈岛悦子初入哈佛商学院课堂所强烈感受到的。



●哈佛商学院

“在目前的工作中,我能够接触到许多企业经营者、股东和年轻的干部候选人。通过与他们的接触,我深切地感受到人脉对我来说是一种强大的优势,也是一笔巨大的财富。但是,以前我对于‘人脉’并没有像现在这样重视。”冈岛悦子回忆起在哈佛留学的经历感慨不已,“正是在哈佛商学院的留学经历改变了我对‘人脉’的看法,特别是刚刚进入哈佛组建的学习小组那段经历。”

在哈佛商学院,所有的课程都以事例研究法的形式进行。学生必须在上课之前阅读一件接近 30 页的事例,然后分析事例、提出解决问题的具体活动方案。因为一周要完成 13 次这样的课程准备,所以冈岛悦子和她的同学们在课前必须进行大量的预习。“这里的规定十分严格,一半的成绩由你在班级中的发言得分决定,如果达不到一定的成绩标准就会被退学。因此绝对不能怠慢课前准备。”



●沃顿商学院

为了能够提高课堂准备的效率,同学们一般都会自发组成了一个自主学习会,而这个学习小组事实上就是进入哈佛商学院后建立的第一张“人脉关系网”。

学习小组组建后,每一个小组成员都要拼命地向所属的小组贡献自己的力量,同组的人经常会认真严肃地讨论,每个人是否做了同等水平的贡献以及是否存在不劳而获的人。如果大家认为存在一点点不公平,那么偷懒的人就会遭到“那家伙没有拿出 value(附加值)”、“算啦,以后不用跟他合作了”等指责而被排挤出局。冈岛悦子叙述学习小组时用了这样一句话:“Commit or Die”(贡献! 否则出局!)。

◎找准贡献点

在哈佛的很多学生都把这种学习小组看作一个命运共同体。因为在一起学习讨论的机会很多,所以彼此之间能够深刻了解对方的志向、资质以及性格,甚至可以考虑今后创业时是否将对方选为商业伙伴。在刚入学阶段,每个人的学习成绩还不明朗,因此选择组员的标准自然不会是成绩。同学们一般会通过实际讨论、商业性的谈话以及闲谈了解对方,以此来判断彼此是否有讨论的共同语言、是否有互补的技能和经历等。

在这种情况下,明确对待人或事的立场、提示出自己的独特性、巧妙地向组员宣传自己对小组的贡献程度等都是非常重要的。比如,除了宣传自己的经营知识和分析能力,还可以向小组成员反映出自己拥有而其他别人没有的经验和观点。

然而,当时的冈岛悦子并不擅长宣传自己,而自己原本比较特殊的“日本”标签,也因为当时的日本不再受世界瞩目而黯淡。

“我决定拼一把,找出我在小组成员心目中的贡献点。”冈岛悦子回忆起当时的场景,“我不仅在班级中积极发言,仔细留意大家的反应,还在家里举办了寿司联欢会,希望能激起大家对日本文化的兴趣,以此为切入点跟他们交谈,窥探朋友们对‘日本的哪一部分’感兴趣。我想,只有了解了大家的兴趣,投其所好,才能产生沟通和交往的契机。这就是所谓的‘知己知彼’策略。”

然而,这样看似完美的计划却失败了。事实上,品尝美味的手卷寿司并不能让哈佛商学院的精英们敞开心扉,冈岛悦子回忆失败经历总结道:“其实,‘我在三菱商事中是最高管理级别的女性’这样的‘标签’反而更加容易被别人记住,宣传自己的特质应该站在对方的立场上。”

于是,冈岛悦子换了一种方式宣传自己,在这一过程中,小组成员们开始对冈岛悦子刮目相看:“这个人不但很有洞察力,而且还有如此多样的经历。”

这一个匪夷所思的结果令冈岛悦子懂得了未来对她大有帮助的社交道理一只站在自己的立场上考虑问题,自己的特殊性是不会为人所知的。我们需要抛出一些证明自己的事实证据,探寻对方感兴趣的事情,最终找到自己的贡献要点,这才是有效的措施。而这正是哈佛的“学校小组”的“人脉课”所教会她的。

◎派对是门课

沃顿商学院的学生在走出学校之前必然积累了广泛的人脉,这些精英们是通过什么方式搭建关系网的呢? 美国作家 Sonia Ski 的《Be Your Better Self》一书中,有着令人大跌眼镜的答案:派对。

沃顿商学院每堂课的时间都是一个半小时,一名在校学生这样叙述他的一天生活:第一堂课 9:00 开始,最后一堂课是 15:00。如果 12:00 到 13:30 有课的话,大家就会去买东西吃,一边吃,一边上课。如果这段时间没有课,就去听演讲。中午的时间,沃顿商学院有很多演讲,有的是某一家公司的招聘会或者宣讲会,一般会提供吃的,那就有很多人去听了。15:00 之后就没事了,大家就会约学习小组成员见面讨论,或者各自学习。学校的社团活动也会放在这个时间段。每天晚上都会有派对,喜欢派对的话每天都可以去,只是派对回来还是要做功课。

沃顿学院有着许多俱乐部,俱乐部会举行非常多的派对活动,这些活动并不是去转悠转悠喝喝咖啡那么简单的。一位沃顿商学院的毕业生回忆,“我觉得当时最红的俱乐部一个可能是 PE/VC,另一个是金融。”许多前来沃顿的学生本身就想做 PE 或者金融,他们会想方设法地加入俱乐部,而一些想要了解这个行业,或者未来希望搭建这行业人脉关系的学生们也会跟风加入。一旦加入了这个俱乐部, 会员会收到一些行业信息,还有这个俱乐部的聚会信息,这是学生搭建这方面人脉非常好的途径。

大一点的“派对”就是沃顿所组织的 local forum(地方论坛),一般每一年都会在三个不一样的国家举办。校友和学生都可以去参加。论坛会邀请几个比较优秀的,来自不同国家的商人或者政治家。这个活动对当地的沃顿校友或者在校学生有很大的帮助。借这样的机会,校友们可以代表自己所在的公司举办被沃顿人称为“Coffee Chat”的活动,与学弟学妹们讨论一下未来的职业发展。

沃顿也会为同学们创造很多创业机会。



比如,在费城,沃顿会组织校际篮球比赛,大家会有机会认识其他学校的,其他领域的人。有学生开玩笑说,在沃顿的生活就是 3S:Study(学习)、Sleep(睡觉)、Social(社交)。时间对大家是公平的,大部分人无法做到三者平衡,那大家宁可放弃 Sleep(睡觉),也不愿放弃 Social(社交)。

◎校友会忠诚

国内商学院教育刚刚起步,学习顶尖商学院办聚会、办论坛,为在校生创造积累人脉的机会或许还比较“容易”,但很少有商学院能够将这种“互帮互助”的精神植入到每一个在校生和毕业生的自主意识中去。的确,要构建一套人性化、精英化的商学院教育机制,没有数十年,乃至上百年的锤炼是无法做到的。

美国常春藤大学八所院校中的达特茅斯学院,诞生了世界上第一家商科研究生院—塔克商学院(创建于 1900 年)。这所古老的商学院独特的、充满情感色彩的协作文化结合造就了学员们不同寻常的忠诚度。一份 2010 年的统计数据显示,有 70%以上的校友为学校提供了赞助,这一比例超过世界上其他所有商学院。与之形成鲜明对比的是,排名前 20 的商学院中,校友每年捐助的比例平均不足 20%。

塔克商学院的校友网是它的重磅资源,几乎每个在塔克商学院就读的学生都有着“帮自家同学”的习惯。这种得天独厚的人脉资源是塔克商学院所独有的,也是其他商学院在培养自己的“人脉环境”时,所仰望的目标。借助塔克商学院校友网的大力支持,该校学生毕业时获得工作机会的比例达到 92%,这样的数据在经济环境疲软的时期是非常惊人的。

塔克商学院院长保罗·戴诺斯将这种非凡的校友凝聚力归为学校的“传统”,他说:“不能虚构人们对塔克商学院的爱慕之情,互助文化与社交网络一直是我们商学院优良传统的一部分。”

美国约翰·迪尔公司全球农业机械部门的总经理丹尼尔·马丁是塔克商学院 2006 年的毕业生,他表示,“虽然毕业后我一直在为同一公司服务,但我依然和其他塔克校友们保持着一致的联系,以我的经验看,如果你向塔克校友们伸出手,你永远可以期待在 24 小时内得到来自世界各地校友们的回馈。”

之所以非常珍惜自己的校友资源,这与美国商学院的教育体制也有着密不可分的关系。长江商学院院长项兵介绍称,“国外顶级商学院都是不以盈利为目的的,学费仅仅是商学院运作成本的一部分。不足的部分主要依赖企业或者校友的捐助、基金支持等其他途径弥补。”这就促成了要让校友愿意出钱“养活”学校,那学校必须更加主动地为校友提供服务的客观需要。

有教育专家认为,一旦形成良性循环,商学院的人脉大网会铺得更广更深,对于在校学生也会更加有益,享受过学校人脉资源的学生毕业后,也会根据自己的实际情况给予学校和学弟学妹们相应的反馈,这种滚雪球“人脉效应”最终会为商学院的品牌口碑增色不少。



笨笨冷冻全鸡突样



笨笨黑猪肉精品



笨笨黑猪肉简装



笨笨鸡肉块简装



笨笨全鸡精装



笨笨鸡蛋实样简装



笨笨鸡蛋精装



笨笨猪肉精装



笨笨水饺

好理念造就好事业

笨笨公司投资人与一商界人士和一政界人士,到一远离城市喧哗的偏远山村,在一日出而作,日落而息的传统农民亲戚家就餐。为款待贵宾,热情的亲戚杀了自家养的猪和鸡。饭后,三位尝尽天下美味的人士点评这顿农家饭。商界人士:这顿大餐是再高级的饭店也做不出来的。政界人士:普通老百姓的幸福,就是天天能吃到自己种植、养殖的纯天然无污染绿色的食物。投资人:我品尝到了 30 年前的味道!应该让更多的人享受到这种自然天成的食物,是现实把世界搞得复杂了,天道自然,还百姓应有的健康和宁静。确定了诚实天下、大道自然的理念后,笨笨养殖公司开始立项筹建,具有最原始基因的笨笨笨鸡品种开始繁育。那位商界人士和政界人士,成为了笨笨公司的会员制客户和忠实消费者,那位农村亲戚一家,成为了笨笨养殖公司的首批员工。

2012 年 6 月正式挂牌成立于内蒙古赤峰市翁牛特旗,赤峰笨笨养殖有限责任公司是一家集自选种猪苗、鸡苗,自行养殖,自建销售终端为一体的独资公司,这种模式在全国范围内也是空前绝后的,它把握住了在经营生产中存在的各种食品安全隐患问题、承载着公司运营工作中巨大的



笨笨养殖基地

社会责任于一身,当然这也是增强自身竞争优势的先天条件,自 2011 年 3 月经政府获批后开始筹备养殖基地的建设工作, 历时一年时间耗资近 500 万元人民币于 2012 年 5 月份正式竣工,6 月份正式投入使用,8 月份分支机构赤峰笨笨养殖有限责任公司赤峰销售分公司在赤峰市新城区富河国际 A 区正式挂牌运营。公司的每一名员工都在用行动完成着“民以食为天,食以安为先”的警句,并能深入贯彻到实际工作的每一个细节中。赤峰笨笨养殖有限责任公司是重视肉食品品质、安全的企业,是脚踏实地为民安全所想、所需、所立的企业,是严格执行国家各个职能部门的要求、法律、法规的企业。

诚实天下、大道自然

赤峰笨笨养殖有限公司

品味 30 年前的味道

客服热线:400-0476-219

公司电话:0476-2390199

网址:http://www.benbenyz.com