

客户的信赖是一把钥匙

■ 文 / 陈亦权

上世纪初,一个19岁的年轻小伙子用借来的100美元和父亲送给他的一辆“T”形福特汽车,在西雅图成立了一家以快速便捷为特色的小件送货公司。因为当时的人们只放心国家邮局,对他的私人送货公司并不认可,所以小伙子虽然很勤奋,但公司依旧经营得困难重重。

一天早上,小伙子来到公司后发现有一件货品在前一天就到了,可直到现在也没有送出去,他问送货员是怎么回事,送货员回答他说:“你看它的收货地址,太远了,在西雅图的最西边,仅仅为了送这一件货跑那么远路,我们将会多消耗5美元的油费,而它的运费共才3美元,这是一笔亏本生意!”

“哦?那你打算怎么处理它呢?”小伙子又问。

做一个幸福的铁建女人

■ 文 / 张晓丽

大家都说铁建女人辛苦,常年在外漂泊,但是她们脸上一直洋溢着幸福的笑容。其实,说起幸福,每个女人对幸福的定义都是不一样的,只要自己觉得幸福,那么你的人就是幸福的。

足迹踏遍天下,享受工作的幸福

铁建女人,常年工作在野外,她们把人生最美好、最珍贵的青春年华,全部都奉献给了建设事业,奉献给了深山野岭,在天南地北都洒下了她们辛勤的汗水。当蜀道不再难于上青天,天堑变成通途时,她们却红颜老去。可是,她们却不曾后悔。因为,她们知道,毕竟这一生没有白过。每当从自己亲手建设的公路、铁路、楼房、隧道等飞驰而过时,她们都会由衷的因自己的工作成果感到自豪,为之骄

“阅读改变人生 阅读助我成长”征文

做人的成功,会带动事业的成功——读《做人靠能量,做事靠气场》

■ 钱浩宇

手头的这本《做人靠能量,做事靠气场》,我读得很认真。一边读一边琢磨做人事业成功之间的必然关系,感觉回味无穷。

人生于世,无论富有还是贫穷,快乐还是沮丧,成功还是失败,人的一生都逃不过一个话题——做人做事。如何快乐做人?如何成功做事?要想掌握开启美满人生之门的金钥匙,关键之处在于能量的大小与气场的强弱。

气场无法测量,却可以感知。热情洋溢,充满活力的人,周身会散发一股蓬勃向上的生命力,一股积极进取的创造力。这样的

“先存在这里,如果这几天有更多的货要送往那边,我就一起把它送过去,如果始终没有更多的货,我就将它退回去,我们至少不会承担一笔亏本的生意!”送货员说。

小伙子听后沉吟了片刻说:“非常感激你能为公司考虑,但我希望现在你能马上将它送去,不要再耽搁半分钟,马上专程送去!”

“老板,公司现在举步维艰,我们真的不能去做任何一笔亏本生意,哪怕只亏两美元!”另外一个送货员也善意地提议说。

“谢谢你们对公司的关心!”小伙子用感激地看着两个送货员说,“正是因为我们的业务不好,所以我们更要去完成这笔生意,现在客户本来就对我们这个新行业充满猜忌,如果让客户不满意,就只能使我们的窘境更加雪上加霜,但把它送过去则有可能

会使我们收获一份信赖,每一份来自顾客的

傲,幸福言于其表。在别人眼里,她们看着土气,并不漂亮,没有都市女人的打扮,谈吐,也没有都市女人的现代。但是,她们质朴、坚强、豪放、敢说敢做。艰苦的环境造就了我们粗犷、帅直,也造就了她们强大的生命力。常年与泥土、钢筋水泥打交道的她们少了一份柔媚,多了几分自信,日复一日,年复一年,在平凡的岗位上默默奉献着。她们走过大江南北,工作中不仅提高了自己的阅历,还享受着工作带来的成就感,在工作中享受着幸福。

尽好家庭本分,体会人妻的幸福

对于铁建女人来说,她们中大多数丈夫也长期在野外,为家庭奋斗拼搏着。很多铁建女人为了家庭,自觉地尽好作为人妻的本分,义无反顾地主动为家庭付出,为丈夫分担压力,对家人做到互助互爱,无怨无悔,照顾着家中的每一位成员,一直传承着家庭的美德。

“阅读改变人生 阅读助我成长”征文

做人的成功,会带动事业的成功——读《做人靠能量,做事靠气场》

人,能力非凡,气场强大。而一个对人生丧失了信心的人,整天怨天由人,不思进取,他的气场自然很小很弱。

气场是无形的,但却能够传达明确的信息。它能告诉我们,一个人的状态是积极的还是消极的,是蓬勃的还是萎靡的,是阳光的还是阴暗的,是正向的还是负向的……而能量充沛,气场强大的人,往往能够最终成为成功者。

这本书让我懂得了,要在纷繁芜杂的世界中保持内心平静,做真正的自己,不被别人所影响,时刻拥有自己的气场,就必须用真诚打动人心,用优秀的品德来吸引人,用强大的

信赖都是我们打开市场的一扇窗户,而打开这扇窗户我们却只用了两美元,这是一件多么划算的事情,你们觉得呢?”

听了小伙子的这番解释,那两个送货员终于明白了隐藏在这个“亏本”后面的大玄机!很快,送货员就把那件货品装上车送去了,让人始料未及的是,对方居然是个布鞋作坊的老板,因为距离太远,连那个作坊老板自己都以为他们不会把这件货送上门,所以当送货员到来后,他感激得直喊“谢谢”,最后他还这样嘱咐送货员说:“你们这么有责任心,以后每天都来我这里取货,我每天都有很多货要送往美国各州……”

亏了两美元,却赢得了这样的一个大客户!小伙子的话居然这么快就应验了。当送货员把这个好消息带回给公司后,包括小伙子在内的所有人都为之鼓起了掌!从此后,“客户的信赖就是一把帮你打开市场的钥匙”

对于大多数铁建女人来说,大多数时间都跟丈夫分隔两地,过着只有名分的的夫妻生活,但她们为了家无怨无悔,承担着家庭生活的重担,一直承载着爱心、孝心一路走下去。看着老人健康,丈夫幸福,她们就知足了,体会着别样的幸福。

为子女操劳,感受母亲的幸福

提起“母亲”这个天下独一无二的称呼,是儿女们授予妈妈特有的职称,她不仅仅是一项事业,一份责任,更是一种智慧。因为智慧,是幸福的源泉。作为铁建母亲,常年奔波在施工现场,一个项目接着一个项目,她们把人生最美好、最珍贵的青春年华,都奉献给了祖国的建设事业,奉献给了深山野岭,但她们不忘给他们的儿女传递更多的正能量,让孩子内心的小宇宙,随着时光飞逝而变得更加强大。做到这点,对于一个铁建女人来

“阅读改变人生 阅读助我成长”征文

做人的成功,会带动事业的成功——读《做人靠能量,做事靠气场》

正能量引发别人的注意,做一个眼界高远、心胸宽阔、海纳百川、大气而淡定的人,才能造就自己的大气场。在世事变幻中,自立自强,步步为营,并不断扩大自己的气场。在与人交往中,控制好自己气场,占据主动,把握好交往的方向与深度,你就已经成功了一半。

气场能够使你心想事成,吸引到你想要的人和事。它远比吸引力法则更为强大。因为气场来源于宇宙能量,这股能量取之不尽,用之不竭。只要你愿意随时调整你的气场,你就会达到你想达到的目标。老板的赏识、同事的佩服、下属的爱戴、客户的满意、爱人的赞扬、朋友的支持……有了这些,你将很快地达到

“是”。

作为领导者,如何让习惯拖延的下属及时完成工作量?一个有效的小技巧就是让他亲口向你做出承诺;或者更进一步,让他以书面的形式给你报上一份工作计划书。这样一来,他有很大可能会被“一致性原理”驱动,甚至不惜加班工作也要完成任务。

5.权威原理
权威原理很好理解,即人们往往愿意相信、听从行业专家们的意见。

对销售者来说,你要想让对方相信你的产品质量足够好,向对方出示相关机构的质量鉴定证书是个非常不错的选择;要想让你的话更有分量,就要拿出你的专业资格证明,或者一上来就用专业表现让他认为你足够专业就可以了。

1998年,乔布斯在时隔12年后又掌控了苹果公司的大权。为了重振衰败的公司,他开始向社会广泛招聘一流的工程师。他的招聘非常严格,甚至“就像原子弹之父罗伯特·奥本海默招聘原子弹开发者一样”。

一个籍籍无名的年轻人参加了乔布斯亲自主持的面试。因为没有一份出色的简历,那个年轻人没有通过面试。晚些时候,乔布斯穿过公司大厅时,发现那个年轻人还没走,正一脸沮丧地坐在大厅里发呆。

见到乔布斯过来,那年轻人鼓起勇气问乔布斯,可不可以向他展示一个作品。乔布斯认为这年轻人在浪费自己的时间,但还是不情愿地答应了。那个年轻人马上打开电脑,为乔布斯展示了一段视频:所有图标都在屏幕的下方排成一排,当他把鼠标停在某一个图标上时,那个图标就变大了。乔布斯看了大吃一惊,当场决定雇用那

这个理念深入到了每个员工心中,甚至成为了一种经营文化,也就在这种文化中,他们拥有了越来越多的业务量,很快突破了发展瓶颈,开始蓬勃发展起来。

到现在,这家送货公司已经在全球拥有42万名员工和10万轮运输车、265架送货飞机,每年承运的包裹多达30亿份,业务涉及全球200多个国家和地区!没错,它就是如今的全球快递业航母“美国UPS快递公司”,而当初的这个小伙子,就是后来被誉为“UPS教父”的公司创始人——吉姆·凯西!“就算是亏本也要让客户满意,因为客户对你的信赖能为你创造无限价值;避免眼前的亏本只能算是一种小聪明,而善于发现隐藏在亏本背后的更多利润,那才是一种真正的大智慧!”在他的自传《UPS的前世今生》一书中,吉姆·凯西曾写下过这样的句子。

说,更是难上加难。

一个善良、宽厚、仁慈、智慧的母亲,将会给儿女带来无限的福气,我现在也为人母,有个可爱的儿子,看着他个头一天天靠近自己,面对他飞奔而来的成长脚步,我觉得母亲这个词有些沉甸甸,除了给他力所能及的疼爱,更多的是培育的责任。

对于这个责任,作为一名中铁建的女人,她们要担当得更多。两地望月的日子里,养育孩子的责任全部在她们的身上,不言委屈,不言泪水,不言相思,不言付出,单是这份有些沉重的责任,让她们除了兢兢业业的工作,还要扮演好妈妈这个角色,更要经营好这份“母亲”的事业。孩子一天天长大的过程中,她们感受着幸福。

看到工作岗位中奉献的成果,她们是幸福的;看到丈夫露出会心的微笑,她们是幸福的;看到孩子健康成长,她们是幸福的。她们的幸福就是这么简单,她们是幸福的铁建女人。

“阅读改变人生 阅读助我成长”征文

做人的成功,会带动事业的成功——读《做人靠能量,做事靠气场》

事业的高峰,成就一个成功的自我。

许多人都在疑惑,为什么自己不能成功,过上自己想要的生活?答案其实很简单,就是你的气场不够强。气场是无处不在的,如果你想要成功,你就要用心修炼自己的气场。千里之遥,始于足下。当你积聚了足够大的气场之后,成功自然而然就来到了。

做人的成功,会带动事业的成功。用心营造属于自己的气场,当正能量积聚得越来越多时,事业的辉煌便指日可待了。

(《做人靠能量,做事靠气场》,张云红、卢倩倩编著,石油工业出版社,2015年4月)

公司需要实干的人

■ 文 / 许亮生

“把公司交给那些实际干事的人去管理。”美国丹纳公司董事长麦克弗森的这句话,在业界也称作麦克弗森原则,强调的是一股实干家的精神,在美国这早已成为业界流行的人事任用通则。

在美国古老的纳尔逊中学大门口,有两尊以苏格兰黑色大理石雕成的塑像:分别是一只苍鹰和一匹奔马。300多年来,它作为纳尔逊中学的标识一直矗立在那儿,乃至被作为校徽佩戴在师生们的胸前。

那只鹰是一只饿死的鹰,它为了飞向更遥远的美好世界,曾经浑身是劲、充满激情,却忘了自己每天需要老实觅食充饥,在飞翔的第4天它就渐渐体力不支,饿死了。那匹马是一匹被剥了皮的马,它嫌它的第一位主人给它太多的磨坊活儿,易主到另一位农夫家,又嫌农夫给的饲料少,结果投奔到一位皮匠手下,皮匠给的饲料多且活儿少,但它的皮却被剥了下来,成为皮匠的加工原料。这是一个黑色的塑像,警醒人们的反思:鹰的好高骛远、马的挑肥拣瘦都是走向黑色末路的原因,寓意人们要吸取鹰和马的教训,学做实干的人。生存是硬道理,摆脱饥饿和死亡这是实实在在、触手可摸的基本幸福;任何一行工作都有它的艰辛和快乐,水到渠成,你用功到家,自然有所业绩,个人打拼或企业经营都不应该

这山看那山高,而要扎扎实实。企业公司里不乏眼高手低像鹰一样饿死的人,也不乏攀比跳槽最后找不到一份像样工作的人,他们共同致命的弱点是不善于安分守己,容易受虚荣功利的诱惑。公司看到某一行赚钱就改弦易张涌向某一行,员工看到哪家公司利好就跳槽投奔了过去,没有冷静想想自己的优势,没有想过自己一路艰辛走来所形成的势能和基础,幻觉太多,脱离自身的实际,不懂珍惜既得利益,往往稍不留神就会丢失自己拥有的各种美好机遇。

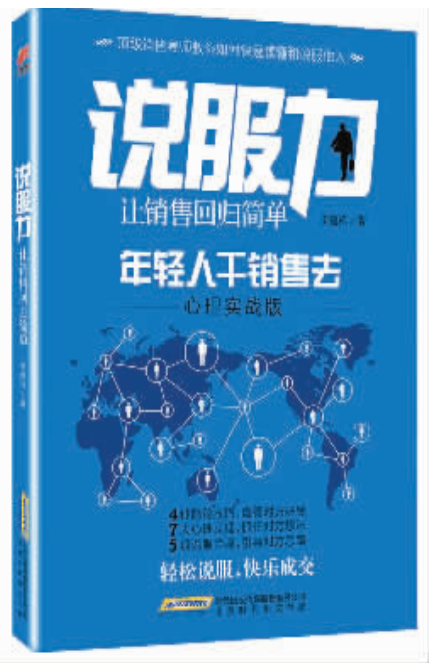
最大的诱惑对公司而言是利润,对个人是分红,而实现企业公司的利润增长、获得个人红利的增收最基本一条是实干。任何高招妙计最后都会落在实干的基石之上,坚守自己原来的阵地要比另起炉灶来得稳妥,面对现实要比空想来得实惠,殊途可以同归,坚持走有自己特色的路子也能够最后抵达创收获利的目的地。多鸣之猫,捕鼠必少,把公司交给多说一句话都觉得浪费的实干家,一定能够出好业绩,个人要获得更多的报酬也并非不可能,那也只有实干。

最大的诱惑对公司而言是利润,对个人是分红,而实现企业公司的利润增长、获得个人红利的增收最基本一条是实干。任何高招妙计最后都会落在实干的基石之上,坚守自己原来的阵地要比另起炉灶来得稳妥,面对现实要比空想来得实惠,殊途可以同归,坚持走有自己特色的路子也能够最后抵达创收获利的目的地。多鸣之猫,捕鼠必少,把公司交给多说一句话都觉得浪费的实干家,一定能够出好业绩,个人要获得更多的报酬也并非不可能,那也只有实干。

最大的诱惑对公司而言是利润,对个人是分红,而实现企业公司的利润增长、获得个人红利的增收最基本一条是实干。任何高招妙计最后都会落在实干的基石之上,坚守自己原来的阵地要比另起炉灶来得稳妥,面对现实要比空想来得实惠,殊途可以同归,坚持走有自己特色的路子也能够最后抵达创收获利的目的地。多鸣之猫,捕鼠必少,把公司交给多说一句话都觉得浪费的实干家,一定能够出好业绩,个人要获得更多的报酬也并非不可能,那也只有实干。

(《做人靠能量,做事靠气场》,张云红、卢倩倩编著,石油工业出版社,2015年4月)

连载



3.跟风原理

跟风原理是指,人们总是倾向于仿效与其类似的人群的做法。

作为社会性的动物,人们在思考、感觉和行动时总会参考周围人的做法,特别是当周围的人与其有着很大的相似性时,人们更乐于追随他人。这一点已经被大量的实验和事例证明了。

所以,如果你想尽快得到一个陌生人的认可,最好的方式莫过于请他熟悉的人把你介绍给他,甚至有时候即使是与他不熟悉的人也可以引发他的共鸣。

为什么一个演讲者可以轻易影响成百上千的人?要知道每个人都有自己的思维方式,即使演讲者说的是一句千古不移的真理,也可能被某些持偏颇意见的人否定。这是因为,那些持否定意见的人被周围的人影响了,当别人表示认可你的时候,他不由自主地跟着认可你了。

如果你是个管理者,想在会议上颁布一项新的规定,为了避免被员工当场抵制,你可以在颁布规定之后马上找一个支持你的员工(当然这个员工不能“人缘”太差)率先发表支持性的言论。这样一来,大家就会跟着他表示对你的支持。

4.一致性原理
一致性原理是指,人们总有一种言行一致的行为倾向,特别是当他做出过明确承诺的时候,往往会付出相应的行动。有趣的是,有时候即使这些话不是他说的,但他只要在公开场合明确地表示过认可,这些话也会对他的行为产生影响。

前面的小节中,我们提到老年人不喜欢变化,就是因为周围的人往往把老年人看成“成熟稳重”的人,并在言语之间流露过,当老年人认可这种看法时,就会越发显得“成熟稳重”。这种抢先给他人定位的做法也是我们俗语中说的“戴高帽”或者“贴标签”。

销售界有一个经常被提到的话术技巧就是让对方一直说“是”。当一个人对你开口说了“是”,他就在无意中认可了你,从而落入了“一致性原理”的怪圈:他很难再对你说“不”,否则就是不再认可你,相当于违背了之前的承诺。这时候,当你再提出一个并不太为难的问题时,他多数还是会说

产品。要知道,相对于多么出众的品质来说,稀缺性通常对客户有着更强的吸引力。

7.得失原理

得失原理强调的是,一个人对得失的关注往往大于所得。

我们中国语言里有个成语叫“敝帚自珍”,还有一句俗语叫“金窝银窝不如自己的草窝”,这种现象的背后就是“得失原理”。出于与生俱来的排他性,人们通常会对自己拥有的东西倾注一定的情感,对它的评价也会高于其他同类事物,所以在失去它的时候会往往会感到格外痛苦。

这一原理同样在营销行业中大放异彩,最典型的例子就是“体验式营销”。比如一些大型电器的商家会推出“产品试用”的活动,允许用户把产品带回家试用一段时间,在试用的过程中,用户就会无形中产生拥有了该产品的潜在心理,不愿再失去它,于是大多会掏钱买下该产品。

由得失原理可知,在说服他人的时候,强调对方将会损失什么将比告诉他会得到什么更有震撼力。前面我们讲苏秦游说西周君的故事,苏秦说如果西周君不给东周放水就会失去控制东周的资本,西周君立即接受了苏秦的建议,就得失原理使然。

我在销售培训课程中讲,要放大客户担心的问题,直至把问题扩大为“灾难性的后果”,利用的也是得失原理。

以上7种心理学原理,有的看来理所当然,有的则大悖于情理,但它们都是久经验证的人性智慧,而且是严谨的科学。可以说,任何成功的说服都或多或少地应用了这7种原理。因此我们很有必要将这几种原理烂熟于心,以便在说服中适时利用。