

<<管理精英不会告诉你的心理学>>

图书基本信息

书名：<<管理精英不会告诉你的心理学>>

13位ISBN编号：9787510409400

10位ISBN编号：7510409403

出版时间：2010-6

出版时间：新世界出版社

作者：润宇

页数：238

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<管理精英不会告诉你的心理学>>

### 前言

先看下面的一则职场小故事：有一次，某君与几位朋友在一起共进晚餐。

当时他们的话题谈到了男人与女人的智慧上。

在座有位女性，说她有一个男同事如何如何厉害。

听她讲完之后，在座的诸位也都认为她的男同事的确不凡，最后这位女性是这么来评价那位厉害的男同事的：“这个人真是个鬼才。

你们男人太精明了，我们女人不是你们男人的对手。

”某君听后，笑了：“你这种说法不对，你这是在贬低我们男性同胞。

首先，鬼才不值得提倡，鬼用在成人身上，更多的是见不得人的东西，而惟一表示聪明的方面又是指小孩，比如小鬼头、鬼精灵之类就是。

其次，用‘精明’这个词来形容男性，是用词不当。

男人厉害不是精明，你知道应该怎么形容吗？

”这位女士摇了摇头，某君就问在座的其他几位女性，他们也都说不知道。

某君告诉她们：“精明只能用在你们女人身上。

女人习惯于过细水长流的日子，平时待人接物精打细算，用精明来形容是最贴切的。

但是男人就不叫精明，男人叫什么？

告诉你，叫高明！

”某君的话音刚落，全场爆起了爽朗笑声，在座的各位个个点头称妙。

人的能力才华有高低，有的是能力一般者，有的是人才、人杰。

## <<管理精英不会告诉你的心理学>>

### 内容概要

本书中的每个心理学策略都分为黄金寓言、黄金案例、黄金提示三个部分，从古代的哲理寓言引入主题，然后进行案例分析，得出结论。

书中的策略不是武林拳谱、祖传秘方，而是企业高层管理者的经验之谈，虽然称不上放之四海而皆准的真理，但都经过了实践的检验，希望能够给广大读者朋友以启发与帮助。

## <<管理精英不会告诉你的心理学>>

### 书籍目录

管理心理学人才篇：企业的真正主人 不要为盛名所累，才干才是惟一标准 量才适用才能物有所值 宁要不时顶撞，不要唯唯诺诺 管理的艺术就是会用人 别让工作经验悄悄蒙上你的眼睛 夺取优秀人才 拉开人才档次，有优秀的人才才有优秀的企业 领导要有长远眼光 激励决不拖延 先踢他一脚，再同他一起上路 员工是企业的“衣食父母” 人才就是企业的财神爷 让员工为自己的工作自豪 让员工积极主动地工作 危机时刺激员工需要技巧 痛并快乐着 适当保持透明度，可拉近彼此间的距离 面对不满，有容乃大 最有效的工具是团队章程管理心理学服务篇：企业生存的粮食 打好服务这张牌 要一流的设施，更要一流的微笑 千万别把“上帝”瞧扁了 顾客就像是情人，需要时时放在心上 鱼儿离不开水，产品离不开大众 学会“借力打力”，方能达到至高境界 真诚对待消费者 将危机消灭在萌芽状态 密切关注市场，随时变化自我 服务第一，营销第二 诚信无价 将企业战略推到顾客面前，让其监督 倾听是一门艺术 找准突破口，做好营销广告管理心理学改革篇：企业发展的动力 竞争时刻存在，管理不容大意 不但要敢于冒险，而且要善于回避风险 当留则留，当弃则弃 仿效也要有水平 创新是推动企业进步的重要力量 以新的眼光来调整经营策略 降价是占领市场的一大杀手锏 销售追求“名人效应” 降低成本，杜绝浪费 改革需要果断的“无情杀手” 弃旧换新是企业起死回生的法宝 告别文山会海，开展有效工作 速度是竞争中不可或缺的因素 生存，然后壮大 有效的撤退是理智的进步 通过收购兼并，力求做大做强管理心理学决策篇：企业成长的关键 尊重理论、创新和时间 充分发掘潜力，寻找致富之路 要善于抓住成功的突破点 研究经济有助于决策 良机绝不能轻易错过 投其所好，各取所需 正确的决策只在一念之间，不要失去后才后悔 要有与众不同的理想信念 民主平等想办法，心平气和做生意 以纯正之心管理企业 充分合理地利用各种资源，须知凡物必有用 独树一帜，巧配资源 转变旧观念，探索新途径 因地制宜，创造市场 用事实说话 培训是企业战略中不可忽视的部分 正确的决策来自集体的智慧参考书目

## <<管理精英不会告诉你的心理学>>

### 章节摘录

大卫·梅克是一个才华出众的人，但他的管理风格让很多人无法接受。

他对人冷漠，从来不留情面，而且非常严厉。

比如，在下属们忙着组稿时，他总会传话说：“在这期杂志出版之前，你们中有一个人将被解雇。”听到这话，大家都紧张。

有一次，有一个员工实在紧张得受不了，就去问大卫·梅克：“大卫，你要解雇的人是不是我？”

没想到大卫·梅克竟说：“我本来还没有考虑谁被解雇，既然你找上门来，那就是你了。”

就这样，那名员工被解雇了。

但马孔·福布斯恰好看重大卫·梅克的才华和严厉，他将大卫·梅克放在总编辑的位置上。

大卫·梅克在任总编辑期间，最大的贡献是树立了《福布斯》“报道真实”的美誉。

而在那之前，《福布斯》曾多次被指责报道不实。

为了保证报道的真实性，大卫·梅克专门让一批助理去核实材料。

这些助理必须找出报道中的问题，否则被解雇，而且真的有3名助理因为没有找到记者报道中的问题而被他解雇。

《福布斯》在20世纪60年代，就能够与《商业周刊》、《财富》齐名。

报道真实，是其最大的竞争优势。

量才适用的第二个典型是对列尼·雅布龙的使用。

列尼·雅布龙是一名理财专家，也是一个知名的“小气鬼”，诸如一下班就要求关冷气、死皮赖脸拖欠他人的货款等等。

但马孔·福布斯要的就是他这种小气，理财嘛，不小气怎么行？

事实证明，列尼·雅布龙在担任总裁期间，开源和节流都做得很好。

列尼·雅布龙最著名的大手笔是出卖“美国领土”。

## <<管理精英不会告诉你的心理学>>

### 编辑推荐

《管理精英不会告诉你的心理学(经典珍藏版)》：竞争管理：强大内在力，耐心，耐心，还是耐心，把企业的情感注入到产品中，质量是企业的灵魂，奇迹是管理出来的。

管理者就是要精通心理学，善于出主意。

经营主意、用人主意、管理主意等等，有了好的主意，工作就会得心应手。

企业就会出效益。

这些主意，不是仅靠常规思维方式可以想得出来的，而要采用变通的手法，另辟蹊径。

这个变通也就是管理学中的心理学。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>