第一图书网, tushu007.com

<<交道有方>>

图书基本信息

书名：<<交道有方>>

13位ISBN编号：9787213033063

10位ISBN编号：7213033069

出版时间：2006-8

出版时间：浙江人民

作者：郭志新

页数：154

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

杰出的业绩是衡量企业卓越性的重要标准，而沟通是业绩管理的核心。
当沟通因跨越不同国度与文化而遇到阻碍之时，为实现有效的沟通，我们必须齐心协力，打破壁垒。
在这个全球化的时代，掌握跨文化交际的知识已势在必行，由此各种各样关于跨文化交际的书籍层出不穷。
然而这些书籍大多过于强调交际的理论性，而往往忽略了交际的实用性。
因此，我们迫切需要一本能以切身经历为出发点，真正关注交际实效的读物。
与众多大谈交际理论的书籍相比，Simon以其对中国当代企业演变过程的深刻理解和对中美关系20多年来发展历程的独特认识，深入浅出地阐述了跨文化交际中的种种策略和手段，为那些意欲取得交际突破的商界人士提供了全新的理念。
本书不仅指导我们如何交际，还大量引用了交际过程中的失败案例以提醒我们引以为戒。
书中介绍的种种经验对于任何一位今天身处中国的商界人士都大有裨益，而对于那些志在一展宏图，组建合资公司、实现多元化管理、缔结战略联盟、建立跨国（尤其是中美两国之间）合作的商界精英，这些宝贵经验无疑也是他们的必备锦囊。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

郭志新（SIMON），毕业于北京第二外国语学院，获美国路易斯安那大学硕士学位。
早年服务于中信集团。
曾担任美国MCI Communications亚洲市场部总经理、Qwest Communications有限公司总经理、21Vianet/Mintel有限公司全球市场与业务发展副总裁、英国电信中国区总经理、北京Wilson Leaming有限公司中国区总经理,是中国CEO俱乐部创始人兼主席，CEO教育研究院创始人，亚洲联盟咨询网董事，拥有与外商打交道的丰富经验。

书籍目录

前　言1引　言　Simon其人上　篇　老外的到来　　中国已成为全世界瞩目的热土，来自世界各国的老外，都想利用中国的飞速发展，捞上一笔。
因此，我们国人应该把握先机，与老外共赢，以图发展。
◎1．想象中的中国，现实中的中国　　初来乍到的老外，心中总是忐忑不安，对中国的了解往往是比较滞后的，而我们的国人对他们的了解也只略知一二，以致文化冲突在所难免。
我们想象中的美国人大度豪爽，但现实中的老美，却按部就班，计划性极强，他们经常说的一句话就是“ We don?蒺t like surprises. ”——“ 我们不喜欢太多的惊奇。
”◎2．商务介绍　　如何把你的意图准确地表述出来，并且让老外接受，这是一门大学问。
如果你掌握了这个技巧，招商的成功率将事半功倍。
◎3．如何写招商书　　要学会让专业人士做专业的事，招商是个专业性极强的工作，要善于运用专业人才。
这是制胜的法宝。
◎4．如何有效召开招商洽谈会　　中国的规矩及套路，在老外那里未必行得通。
要学会站在对方的立场观察、思考问题，调动一切可以利用的资源，切莫闭门造车。
◎5．“ 真假美猴王 ”　　在今天的商务环境中，到处都有“ 大忽悠 ”，而且擅长国际“ 大忽悠 ”的也不乏其人。
凭空的“ 忽悠 ”，会给招商工作带来潜在的危害。
你必须要学会慧眼识别“ 真假美猴王 ”。
◎6．意向书的签订和跟进　　“ 光说不练等于零。
”这句老话，在国际招商事务中依旧管用。
因此，必须学会超越语言、地域及文化障碍，用你的积极行动去实现你的目标。
◎7．谈判的学问——充分准备，勇于说NO　　生活和工作中的每时每刻，都有可能涉及到你谈判的技能。
谈判无处不在，你可以在任何事情上施展你的谈判才能。
在国际招商活动中，谈判显得尤其重要。
◎8．翻译特别重要　　无论你是一位多么优秀的企业家或者政府官员，当与外商洽谈时，你的思想、你的计划、你的目标，都只能通过一个人的表述，传达给你的真正听众。
你敢保证这个人能把你的思想准确地传达清楚吗？
在这里，翻译的好坏，可以决定招商谈判的成败。
◎9．参观工厂　　细节决定成败。
Simon曾经访问过一家美国的铸造厂，该厂的办公室像医院一样的洁净，地下有一块纸屑，老板都会亲自捡起。
如果我们国内的工厂也注意到这些细节，那么，我们将世界无敌。
◎10．不要盲目崇拜世界500强　　我们不能搞个人崇拜，同样，我们也不能对世界500强盲目崇拜。
事实上，世界500强企业排名并不是固定不变的，而且其评选方法并不能说是完全符合科学及经济规律的。
因此要问一下自己，什么才是真正的世界500强？
千万不要忽视招商中的其他有生力量。
◎11．中外法律　　老美常说的一句话是，我们痛恨律师，但又能奈之如何呢?洋人的法律法规多如牛毛，浩如烟海，稍有不慎，便入陷阱。
我们一定要倍加小心。
◎12．餐桌上的冲突　　金窝银窝，不如自己的狗窝。
必须尊重文化的差异及习惯，否则跨文化的交往及友谊，就很难实现。
尤其是体现在饮食习惯方面的差异，切莫忽视。
……

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

书摘Simon在近3年的时间里陪同了多个美国商务团来华考察或访问，太清楚那些美国CEO的感受了。
对于他们来说，来中国投资最难熬的时候可能就是我们的商务介绍了。
国内做商务一般介绍都是非常正式的，通常都是在精心布置的会议室中举行。
这种会议室大多都有很好的装置，调节灯、投影仪、音响……还有丰盛的水果和站在背后随时斟茶的漂亮的服务生。
但是在这样精致的环境中并不一定能真正把讯息传达清楚。
我们来看看这些商务介绍的基本程序：首先由招商负责人介绍在座的双方代表，接着放一个程式化的、带有一定艺术加工的城市介绍片。
这个片子的目的是让老外对这座城市有一个大概的了解。
但是我们国人制作的介绍片往往内容会比较夸张、制作也不够精细，更重要的是片子是按照我们国人的观赏习惯来做的，而这个介绍片的观众却是不折不扣的美国人。
再加上蹩脚的英文讲解，搭配不当的背景音乐，冗长的篇幅，缓慢的节奏很容易使这些刚刚吃完丰盛的午餐，并喝了啤酒的老外们处于昏昏欲睡的状态。
这还没有完，随后是招商局长通过一名英文翻译，配合放映一个PPT文件，进行为时大约一小时的介绍。
Simon可以完全负责地讲，在这些老外眼里，所有的介绍似乎都是一样的，无非是地理位置优越、政策很好、环境不错……听完介绍的老外们十有八九到离开的时候还没搞清楚这是哪座城市。
更令人感到非常悲哀的是，这种现象居然比比皆是。
老外们来到中国，大家千万不要忘记，他们一般是经过了一二十多个小时的长途飞行，而且不少人年纪比较大，下机后享用过我们盛情款待的饭食后，由于时差造成的身体上的疲劳，非常不适于立即工作，这时，进行这样的商务介绍，效果是微乎其微的。
你可能会问，怎样的介绍才会比较有效果呢？ Simon认为，针对美国人的商务介绍，一定要简单明了，即COME T0THE POINT。
老美在做生意的时候喜欢数学胜过语文。
切记，用数字说话是在跟老美做生意的时候最重要的一点。
他们可能不会很在意你的会议室有多大的面积，你的办公桌是什么材料做的，但是一定会非常在意你的介绍里面是不是有大量精确的数字作论据。
此外，城市介绍一定要有自己的特色，其实国内很多城市都可以说是地理位置优越、政策好、环境佳……但这样的介绍等于什么都没有说。
再者，翻译一定要准确，老美在生意场上非常不喜欢发生单词拼写错误，更不喜欢因为翻译的问题而引起的误会。
如果有介绍片，一定要做得精美一些，配合比较地道的英语，并且请一个口语纯正的解说员，不然结果会非常的滑稽。
我们可以设身处地想一下，如果你在看一个严肃的商业介绍片，配的却是非常蹩脚的中文，听起来非常吃力，这样你对片子内容的关注度会降低，往往片子的权威性也会随之降低。
另外，还要强调的就是表达方式的问题。
向美国人做介绍的时候，一定要清楚他们的思维习惯，可能很多人都知道中美在思维方式上有很大的差异，但是这个差异究竟在哪里，却很难说清楚。
那么，你或许可以在接下来Simon讲的这个故事中得到一些启示。
有一次，一位国内朋友和Simon聊天，他说，美国外包的软件项目非常多，但绝大多数都是外包到印度。
中国软件人才也不少，却很难揽到美国的生意。
他认识几个大学的学生，可以用很便宜的价格把软件项目做出来，可每次和美国人谈过后都会不了了之。
请Simon分析一下，是不是他们的英文程度不好，影响了交流呢？ Simon听后，笑了，当然英文不好是

主要原因，但还有一个重要的原因，那就是中国人不了解美国人的思维方式。
　软件行业是一个需要沟通的行业，要求和客户有直接的沟通。
因此和客户打交道一定要弄清楚客户的需求，并且提出有效的解决方案。
如果仔细留意一下，你就会发现，印度人虽然说着浓重的印度口音的英语，但透过这个表象，我们可以发现，印度人说的英语实际上逻辑性比较强，而且思维方式比较接近美国人。
所以在软件行业，相比较之下，印度人容易得到美国人的外包业务。
　缘于此点，我们也应该关注一下国内英语教育的现状。
国内的英语教育只是单纯地注重英语学习的内容，却忽视了英语思维。
我们应该更注重附着在语言上的文化方面的学习。
　P7-9

媒体关注与评论

书评WOW！
这本书完全是一位对美国及中国文化都有深刻了解的人，流露出来的精彩见解。
我建议将此书翻译成英文出版，以更于我们美国读者了解中国商人思考问题的出发点。
I'M LOOKING FORWARD TO THE ENGLISH VERSION.
——美华公司董事长　JOHN ASHER　　在中国众多的商务丛书中，本书独领风骚，是一本既充满了实务，又妙趣横生的对外交往的用书。
SIMON的经验，令我深为折服。
——美国嘉信理财银行纽约区经理　梁晓滨
这是一本非常实用的与外商做生意的好书，掌握有效的沟通技巧不仅局限于语言上，对外商的文化背景及风俗习惯的了解更为重要。
SIMON在这方面积累的经验及才能是无与伦比的。
——联想集团高级副总裁　俞兵
SIMON是我多年来遇到的中西文化和商业交流的最佳主持人。
本书所有案例都是他二十多年来的实战总结，我非常愿意与SIMON共同探讨这些问题。
——泛友创业投资有限公司董事长、CEO研究院创始人　汤毅

编辑推荐

杰出的业绩是衡量企业卓越性的重要标准，而沟通是业绩管理的核心。
当沟通因跨越不同国度与文化而遇到阻碍之时，为实现有效的沟通，我们必须齐心协力，打破壁垒。
在这个全球化的时代，掌握跨文化交际的知识已势在必行，由此各种各样关于跨文化交际的书籍层出不穷。
然而这些书籍大多过于强调交际的理论性，而往往忽略了交际的实用性。
因此，我们迫切需要一本能以切身经历为出发点，真正关注交际实效的读物。
与众多大谈交际理论的书籍相比，Simon以其对中国当代企业演变过程的深刻理解和对中美关系20多年来发展历程的独特认识，深入浅出地阐述了跨文化交际中的种种策略和手段，为那些意欲取得交际突破的商界人士提供了全新的理念。
本书不仅指导我们如何交际，还大量引用了交际过程中的失败案例以提醒我们引以为戒。
书中介绍的种种经验对于任何一位今天身处中国的商界人士都大有裨益，而对于那些志在一展宏图，组建合资公司、实现多元化管理、缔结战略联盟、建立跨国（尤其是中美两国之间）合作的商界精英，这些宝贵经验无疑也是他们的必备锦囊。

第一图书网, tushu007.com

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