

<<谁能创造最好业绩>>

图书基本信息

书名：<<谁能创造最好业绩>>

13位ISBN编号：9787502172428

10位ISBN编号：7502172424

出版时间：2009-7

出版时间：石油工业

作者：吴甘霖

页数：178

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>

<<谁能创造最好业绩>>

前言

顾名思义，这是一本讲述如何创造最好业绩的书，同时也是一本挑战困难与问题的书，更是一本讲述两者之间密切关系的书。

至于其关系如何亲密，可以用这样一句话来概括：“哪里有困难，哪里就应该有挑战。

谁最能挑战困难与问题，谁就有可能创造最好的业绩。

”得出这样的理念绝非危言耸听，而是在研究众多业绩最优秀的人之后，同时也是在出版《方法总比问题多》一书后，与众多读者、学员和客户交流后得出的体会。

数年以前，本人出版了《方法总比问题多》一书。

该书在出版后，连续几年，它都持续在中国经管图书畅销排行榜上，至今已经发行超过60万册了。

在多次与管理者和员工交流对这本书的体会时，不少人都说，那本书之所以能受到他们的欢迎，固然在于讲述了不少具体的方法，但更在于该书所提出的“只为成功找方法，不为失败找借口”、“只要思想不滑坡，方法总比问题多”等理念，这些理念正是弘扬了一种面对问题和困难无所畏惧的挑战精神。

他们的这一体会，进一步激发了我深入研究众多创造最好业绩人士的兴趣。

通过研究，我确定无疑地得出这一结论：能创造最好业绩的人，无一例外都是最能挑战问题与困难的人。

困难和问题就是业绩的试金石：对于庸庸碌碌的人而言，困难和问题会把他们吓倒；但对于优秀人士而言，困难和问题恰恰是帮助他们淘汰竞争者的有力武器——正因为别人知难而退，他们却能知难而进，所以他们取得了许多人难以想象的业绩与成功！

于是，在总结了这些成功人士的经验、学员体会以及我自己的一些亲身经历之后，我将此书奉献到读者面前。

我相信：通过和我一起分析，每位读者都不难接受书中所阐述的“心不难，事就不难”、“没有不能，只有不肯”、“改‘绝对不能’为‘绝对可能’”等理念，并因此找到那种勇于面对困难的力量，从而创造可能连自己都想象不到的工作奇迹。

这本书可以称为《方法总比问题多》一书的思想升华版。

在写作上，我不仅发扬了《方法总比问题多》的写作特点，而且在某些方面还进行了超越。

第一，把原创性看成“第一竞争力”。

我认为，原创性，不仅是写作人最重要的职业素养之一，同时也是作品的“第一竞争力”。

而当前不少的所谓“经管书”、“员工书”，其实不过是一些互相抄袭的产物，这已经成为出版界最恶劣的现象之一。

这不仅引起读者极大的不满，也使我极为鄙视和痛恨。

因为这些年来，我的不少著作都惨遭这些毫无职业道德者的“扒皮”。

所以我在写书的过程中，无论是总体构思，还是具体写作的内容和形式，都格外重视原创性。

如果有引用处，我一般会指出出处。

读者不仅可以从本书中得到验证，而且也可因为我的这一特色，而得到更多的参考和启示。

第二，观点一定鲜明、透亮。

读者都希望在最短的时间内汲取最好的思想营养，而某些作者“掉书袋”、“裹脚布”、“白开水”式的写作方式是绝对无法满足这一需求的。

于是，我格外注意提炼一些精炼而鲜明的观点以满足读者的这一需求。

如“命运的雏形先在心中形成”、“洗瓶子也要洗出状元境界”、“方向是金，方法是银”、“不留退路，才有活路”、“重环境，更重心境”、“要登上业绩的高峰，先得征服内心的高峰”，等等。

我可以很自豪地告诉读者：这些观点都是我自己总结出来的，不仅能让人耳目一新，而且读者容易吸收消化，在有关单位用于组织文化或企业文化建设时，还有更充分的利用价值。

<<谁能创造最好业绩>>

内容概要

这本书可以称为《方法总比问题多》一书的思想升华版。

本书分为三个单元，第一单元阐述积极心念怎样创造工作与生活的奇迹，以及对这些奇迹出现的科学性进行探究；第二单元讲了实现“工作奇迹”的6大绝招；第三单元教读者具体从三个方面打造超级“心灵磁场”。

<<谁能创造最好业绩>>

作者简介

吴甘霖，著名经管畅销书作家，享誉海内外的培训师，历任香港中华文化传播集团副总裁、美国美中国际创造力开发中心总裁兼中国区总裁等职，现任甘霖智慧国际培训机构理事长、国资委国际商务职业资格认证及考评委员会主任委员、“中国管理培训七剑客”之一。

吴甘霖出版了许多畅销图书，其中《方法总比问题多》一书，发行达60多万册，在“雅虎中文”上发表的读后感和新闻达1000多万条，本书是该书的思想提升版。

<<谁能创造最好业绩>>

书籍目录

第一单元 心不难，事就不难 第一章 没有不能，只有不肯 越敢挑战困难和问题，越能创造超凡业绩 你要登上业绩的高峰，首先就要征服内心的山峰 亲身体验“运随心转”的奇迹 第二章 把“难”丢到太平洋 没有“困难”，只有被“难”困住的心 困难不是放弃的借口，而恰恰是坚持的理由 挑战问题的12字方针 第三章 从“绝不可能”到“绝对可能” 打破“心牢”，一切皆有可能 转变思维，一切皆有可能 冷静面对，一切皆有可能 山到绝顶我为峰 第四章 “心灵磁场”怎样创造奇迹 命运的雏形先在心中形成 “意焦”的“磁场效应” 格局有多大，“磁场”就有多大 第二单元 创造工作奇迹的六大绝招 第五章 要求：从“想要”到“一定要！” 让“能不能”为“要不要”让路 洗瓶子也要洗出状元的境界 从“条件导向”到“目标导向” 第六章 相信：信心比黄金更重要 084 先“相信”，再“看见” “心中更上一层楼” 未班车总在绝望中来临 第七章 承诺：得到的代价是付出 非凡的付出才有非常的收获 不留退路，才有活路 在“心版”上刻下付出清单 第八章 行动：想到更要做到 心先走，脚紧跟 没有白吃的午餐，也没有白流的汗 “适者生存”到“试者生存” 强化行动力的四大关键 第九章 开智：方向是金，方法是银 心灵的方向决定智力的道路 告别“三了心态” 重视“找方法的方法” 第十章 接收：与“正面能量”共振 勇于接收外界给你的正面能量 掌握科学规律吸收正面能量 强化“雷达”增加正面能量 在感恩中增加正面能量 第三单元 打造超级“心灵磁场” 第十一章 把心调到“天堂频道” 天堂地狱一念间 重环境，更重心境 翻转一面是天堂 三种有效的心念转换法 第十二章 以最有效的方法强化心念 预先“创造”成功 多正面刺激，少反面刺激 视觉化情感化 日行一善胜过一曝十寒 打造超级“自我意象” 第十三章 让“无条件积极”成为习惯 不要让人偷走你的积极态度 开发生命的“超级资源” 用手不如用脑，用脑不如用心 善用其心，善待一切

<<谁能创造最好业绩>>

章节摘录

插图：第一单元 心不难，事就不难第一章 没有不能，只有不肯面对“不可能”解决的困难，或者“不可能”完成的工作任务，假如你勇于去挑战，“绝不可能”就会变为“绝对可能”。

创造的业绩，与勇于挑战困难和问题的程度成正比。

越敢挑战困难和问题，越能创造超凡业绩。

要登上业绩的高峰，先得征服内心的山峰！

越敢挑战困难和问题，越能创造超凡业绩“在任何单位，谁是最受欢迎的员工？

”毫无疑问，是最能创造业绩的员工。

“那么，谁又最能创造最好业绩呢？

”上述问题看来简单，却是每个员工最应关心的问题之一。

而要得到理想的答案，莫过于向业绩突出的单位和个人研究和学习。

在中国，很少人不知道“黄金搭档”这家公司。

这家由著名企业家史玉柱创立的公司，连续多年都是中国保健品销售的领头羊，其有关产品连续多年在中国有相当大的知名度。

2009年春，我受黄金搭档公司的邀请，为该公司来自全国的业务经理们做培训。

在培训中，我很快就发现这真是一个业绩高手云集的队伍，可以说个个都出手不凡。

而给我留下最深印象的人之一，是该公司的总经理刘作伟。

刘作伟可以讲是一个真正从业绩高手成为高级管理者的人。

他并非是跟随史玉柱最久的人，但一定是该单位业务做得最好的人之一。

之所以被提拔，除了其综合素质外，恐怕与他不断将业绩做得突出也是一个关键因素了。

通过该公司有关人士介绍：刘作伟原来是安徽分公司的总经理。

根据一般情况，安徽的保健品市场不会太大。

所以当议论安徽分公司能完成多少销售额时，不少人认为3000万~4000万元人民币就可能“到顶”了。

但是，作为安徽分公司总经理的刘作伟，就想尽办法拼搏，超越了4000万元人民币的销售额。

之后，他并没有在原来的业绩单上停留，而是一次又一次将不少人“认定”的“到顶”指标打破，不断向更高的目标冲刺，最终让安徽分公司成为黄金搭档各分公司中业绩最好的分公司之一。

他也因此引起史玉柱越来越大的重视。

之后史玉柱打破了论资排辈的传统，直接将他提拔为黄金搭档总经理。

刘作伟的故事，引发了我对一个很重要的问题的思考：不少人无法创造出理想的业绩，肯定是因为自己有某些根本的障碍而不自知。

所谓对症下药，那么作为成功者的刘作伟，又是如何看待这一点的呢？

他说：“不敢挑战困难与问题，实际上就是影响业绩的第一障碍。

在任何单位里，有两种情况最要不得：一是业绩做得好的人，满足了，甚至自以为老子天下第一，可以高枕无忧了，因而安于现状；而另一种人则是业绩较差，认命了，得过且过，也安于现状。

不管是哪一种，心态都是很消极的，都是创造业绩的最大障碍！

”那么，刘作伟又是如何认知“最好的业绩从哪里来”这一问题的呢？

他说：“最好的业绩，就从不断挑战问题和困难而来。

首先，必须确定一个高的目标，就是一般认为‘不可能完成’的任务。

然后要有心理准备：这样去做，遇到的问题当然是不同寻常的。

但是，恰恰问题就是机会——因为别人不敢去接受这样的任务，别人不敢去克服的困难和不敢去解决的问题，你却偏偏勇敢地去做了，你就取得最大的竞争优势了。

别人眼中的‘难’和‘不可能’，不是成了我们成功的最好机会吗？

”他被提拔，当然也与黄金搭档奉行的一个核心理念有关。

在《方法总比问题多》一书中，我曾经引用了联想集团的一个核心理念：“不重过程重结果，不重苦劳重功劳”。

<<谁能创造最好业绩>>

这是联想集团在成立半年之后确定的一个理念，距今已有20多年。

而黄金搭档集团的这个理念，看来比联想集团的理念更为彻底，它是这样表述的——“只认功劳，不认苦劳。”

”培训当天的晚上，我与黄金搭档创始人史玉柱一边吃饭一边交流，向他询问为什么奉行这样的理念，他的回答是：“不认苦劳，只认功劳，就是为了着把管理做到最简单。

这样做，既能保证真正的公平：一切凭业绩说法，同时也能最大限度调动大家的积极性——谁的功劳最大，谁就最受重视，也最能得到最大的回报。

”听了这样的解释，我认为所有工作者都不得不正视一个现象：时代在变，企业文化的内容也在变化。

而在这些变化中，业绩的价值，在任何单位都已变得越来越重要。

不把业绩排到第一的人，不时刻思考如何去创造最好业绩的人。

怎么可能在市场经济的新情况下有大的发展与回报呢？

而不去挑战困难和问题，又怎么能获得非凡的业绩呢？

其实，像刘作伟这样因为业绩突出而快速发展与成功的人并不少见。

近年来，我在培训过程中经常发现：凡是取得最好业绩并有最快发展的人，都以和刘作伟一样的理念在武装自己。

我们甘霖智慧国际培训机构曾经与世界青年成功学会合作，在北京开设7期“中国白领成功培训班”。

在培训期间有不少学员分享自己的成功经历，很多成功的经历就证实了上述道理。

而其中一个白领代表傅跃龙的故事，就很典型：几年前，傅跃龙在武汉一家企业工作。

他当时主要是做一些文字工作，很难见到老总。

一次，公司集中主要骨干在一个大宾馆开会。

他作为会议主题报告的主笔人之一，终于有机会在餐桌上与平时难得一见的老总见面。

一天早餐时，总裁与办公室主任谈起市场货物流失严重，经销商经常欠款不还的问题。

本来这与傅跃龙并没有关系，这些问题可以由企业的律师、财务及营销中心等部门去解决。

但遗憾的是，面对这一问题，有关的责任人要么体现出与自己无关的态度，要么就畏惧困难，想尽办法躲避。

而傅跃龙考虑到企业的利益，便大胆向总裁提出建议：成立清欠班，选派得力的负责人牵头，并立下“军令状”，完成任务重奖，完不成任务重罚甚至自动“下课”。

这是一个好的创意，但是，根本没有人愿意担这个担子。

因为这牵涉到方方面面，矛盾多，难度很大。

数以百万计的债务使总裁十分发愁，无人愿意承担这事，也使老总更为伤心。

见到这种情景，傅跃龙自告奋勇，愿意牵头去啃这根“硬骨头”。

老总自然十分高兴和感激，当场拍板由傅跃龙牵头成立“清欠小组”，统筹市场清欠工作。

令牌在手，傅跃龙调集法律顾问、财务、审计人员，严密组织、重点突破、有序推进、全面开花，层层分解清欠指标，务必完成“军令状”规定的任务。

年终实际收回现金超过100万元，这些可都是“捡回来的粮食”。

那年春节前，总裁牵头组成考评委员会，对企业中层管理人员进行考评。

傅跃龙不仅被评为集团的“劳动标兵”，奖金2万元，附赠24K金质奖章一枚，另获清欠奖励8万元。

之后他又被提拔做总经理办公室负责人、广告公司总经理等，同时兼任5项职务。

后来，他又有更大的发展。

在谈到自己为什么能成为业绩高手并取得这样的发展时，傅跃龙说：“我得感谢困难。

对一个想在单位里获得最快发展的人而言，创造最好业绩无疑是最重要的因素。

但是如何能创造最好的业绩呢？

就是在别人看到困难躲避的时候，你要主动去挑战。

“只要你去挑战这些别人不愿意挑战的困难，你就获得了特别的机会，就能创造一般人难以想象的业绩，也能获得按常规难以取得的成功！”

<<谁能创造最好业绩>>

”我清楚地记得：当傅跃龙讲述了自己的故事后，立即引起大家强烈的反响。尤其是一些从事同样业务的白领们，纷纷说这种积极的心态正是创造最佳业绩的保证。有位来自清华同方的学员马运就这样说：“困难是淘汰竞争者的最好手段。因为面对困难，别人也不好受，你也不好受。

别人想放弃，你也想放弃。

但是，最终是别人躲避了你却面对了，别人放弃了你却坚持住了，最后机会不都成了你的吗？

”他的话得到了大家的热烈掌声。

一些业务精英还欢呼出这样的宣言：“欢迎困难！

欢迎问题！

欢迎挑剔！

——我们勇于挑战，所以我们无敌！

”当我在黄金搭档做完培训并与刘作伟交流之后，当初白领培训的这一幕又出现在我的眼前。

我再次明白了一个道理：在追求最好业绩的过程中，能力重要，方法重要，但是积极的心态和心念更为重要！

这个想法再一次强化和深化了我在出版《方法总比问题多》后的体会。

几年来，我一直在研究谁是最优秀的员工、最能创造效益的员工。

后来，我将有关研究集中在《方法总比问题多》这一著作中。

这本书可能不少读者熟悉：自从2005年出版以来，到2009年6月，已经印刷40次，销量超过60万册了。

之后，我又出版了《方法总比问题多 》，同样很快登上了各地畅销书排行榜。

<<谁能创造最好业绩>>

媒体关注与评论

<<谁能创造最好业绩>>

编辑推荐

《谁能创造最好业绩:做最能挑战困难与问题的一流员工》：心不难，事就不难，哪里有困难，哪里就需要这本书，哪里要业绩，哪里就需要这本书。

超级畅销书《方法总比问题多》思想升华版，首次披露挑战困难创造最好业绩的6大绝招。

挑战困难就有业绩，解决问题就有效益。

一本挑战困难以创造最好业绩的著作，一本以最佳心态打造一流员工的著作。

<<谁能创造最好业绩>>

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>