第一图书网, tushu007.com

<<六度人脉>>

图书基本信息

书名：<<六度人脉>>

13位ISBN编号：9787540455125

10位ISBN编号：7540455128

出版时间：2012-6

出版时间：湖南文艺出版社

作者：李维文

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

前言

不要让自己孤独地奋斗这是一本改变全世界那些孤独的奋斗者人生命运的书。
在全球化的今天，这个星球的经济总量和人口总量每天都在以惊人的速度暴涨，但人们却日益备感孤独。
许多人都有这样的感觉：我好像变得越来越成功了，但我的朋友也越来越少了。
交一个朋友是如此之难，以至于到处都充斥着教你怎样结交人脉的书。
人脉的本质并不仅是获得事业上的成功，还需要解决我们内心的情感释放。
人脉从来都不是单向联系的，它是一张大网，连接着我们每个人的内心深处。
在这张大网中，我们是其中的一个结，既是受益者，同时也应该承担助益的角色。
成功是什么？
除了才华和天赋所带来的物质的收获，任何的成功还源于我们与他人的内心世界丰富的情感联系。
所以本书在向读者介绍六度人脉理论的同时，也在阐述这样一个事实：如何才能建立自己的情感圈。
根据自己的个性和特点，构建一个开放的属于自己的并主动伸展于无限空间的六度人脉网，扩大我们的社交范围，实现自己的职业发展。
在本书中，我们就许多问题给出了具体的可操作的建议，比如你在一次会议、一次聚餐或者一次偶然联系中突破人脉瓶颈，以六维度的方法建立双方联结的技巧。
本书除了作者自身的经历和经验，也介绍了众多知名人士的社交案例，其中包括他的客户、合作伙伴、中外商界与政界的名流。
以通俗易懂和深入浅出的方式，将种种事例和理论方法贯穿其中，读者阅读起来并不感觉晦涩，适合不同职业和年龄层的读者。
说到底，“六度人脉”讲的不是一种社交工具，而是一种关系哲学。
在这门重要的人生哲学中，我们大体要做到三件事，才能顺利地展开自己的社交平台，并以此为依托，得到自己人生应得的回报。
1.我们要有一个属于自己的“圈子”。
2.真正高贵的品质是慷慨。
3.了解你的使命，并形成自己的人生信仰和价值观。
许多人都问过我相同的问题：“李老师，六度人脉到底是什么？
”还有一些经理人，他们在困惑于自己的人际关系处处受阻之余，不由得对我们的课程产生过高的期待。
比如有一位纽约华人公司的销售主管，当他向我请教相同的问题时，天真地认为自己只需要结识六个朋友，他这一生就足够使用了。
这都是对人脉的本质缺乏认知的表现。
要想知道六度人脉到底讲的是什么，我们有必要先洞察“人脉”是怎么回事。
一、根据形成的过程来划分人脉如果根据形成的过程来对人脉进行区分，它大体可分为：血缘关系：由血缘关系构成的人脉，它可以是家族、宗族甚至是同一种族的关系，在固定或特定的情境中，与我们形成牢不可破的利益共同体。
家族和宗族关系很好理解，就不细说了。
种族关系往往表现在同一个民族内，当我们身处国外、身边全是外国人时，这种感受和需求就会格外强烈，我们自然而然地会主动去寻找华人，抱团生存，建立很团结的协作关系。
地缘关系：因为居住在同一地域内形成的人脉关系。
比如同乡之谊。
这种关系因为所处地域的大小而又有不同，也受到地理远近的影响。
同学关系：同学之谊，即是因为曾经共同在一块儿学习而产生的人脉关系。
从小学到中学，再到大学，我们有很多同学。
常有人说：“同学多了好办事。
”就是这个道理。

事实上，同学关系在六度人脉中经常扮演着极其重要的一个中间环节，在资源的共享方面，它的价值远远超过了血缘和地缘关系。
因为同学关系往往分布在全国各处，这就有了地利上的便宜，你在此地没有的关系，处于此地的同学却可能帮你解决。
所以，处好同学关系，我们就很容易突破关系圈的局限，更方便地跳进另一个关系圈。
同事关系：一起共事和同在一家公司工作而产生的关系。
同事关系并不仅局限于紧密长期的同事、上下级隶属关系，短暂的协作处理事务的经历也能让你和合作者产生良好的沟通，从而建立人脉。
在这方面，最常见的是临时成立的项目小组、谈判小组，虽然在任务完成后，大家就各自回归原位，但这段美好的回忆以及曾经的良好合作，却能让人们因此收获一段友情，并拥有了一些额外的人脉。
客户关系：客户是我们非常常见的人脉渠道，因为每个人在工作中都会与各类客户打交道。
比如厂家、供应商、零售商、加盟商、合作商和消费者等。
我们在与他们进行商务交易和往来的过程中，既互为顾客关系，又互为一种人脉，我们有机会与他们在生活中建立私人关系。
要知道，涉及利益的来往时，更能快速和真实地考验着每一个人的能力和品行，让你无所遁形，优点和缺点都在对方眼中展露无遗。
如果我们能在客户关系的处理中投入自己的诚信，展示自己的人品和价值，对于积累自己的人脉资源是非常有帮助的。
随机关系：除了上述固定的各种关系类型，最后一种关系属于随机和不确定的人脉，是相对于陌生人而言的。
正因为它是针对陌生人群体的关系类型，因此就具备了更广阔的空间和开拓的必要。
比如一次短暂的聚会，一次真挚的邂逅，让我们结识了某一个对我们来说很重要的人。
你可能正是这样才认识了你的妻子、丈夫、现在的老板。
在处理这类关系时，需要你能够抢抓机遇，善于表现自己，懂得换位思考，注意给对方留下好的第一印象。
或许只是一次不经意的表现，你的人生或事业从此就会与众不同了。
二、根据所起作用的不同来划分人脉视关系对我们起到的价值，又可以作大量的细化。
一般来说，我们可以统一划分为政府人脉、金融人脉、行业人脉、技术人脉、思想人脉、媒体人脉、客户人脉。
这是社会性的人脉区分。
在具体的工作中，又可以分为高层人脉（老板和上司）、低层人脉（同事和下属）等等，不一而足。
三、根据重要程度的不同来划分人脉如果将自己的人脉资源进行重要程度的区分设定，它大体可以划分为下面这三层等级：核心关系：最重要的人脉莫过于，他们对你的事业和生活能起到核心、关键、重要和决定性的作用。
这类关系根据他自己目前所处的位置、事业阶段以及未来发展方向的不同又有很大的区别。
如果你是一个营销部门的经理，那么你的核心关系就是你的顶头上司、老板、关键的同事和下属以及重要的客户，因为他们决定着你在公司的业绩，影响着你事业的未来发展。
紧密关系：在我们核心关系的基础上，扩展开来，就是紧密关系的范围。
他们一般和你平级，是比较紧密的合作者，或是同事、其他部门的领导、公司的董事会成员、次重点的客户、一般下属，以及影响自己的老师、朋友和同学等。
当然，这个范围内，还包括亲密的家人及亲属。
松散和备用关系：松散和备用关系，一般是指那些现在还未对自己造成重大影响、但将来可能会派上用场的人脉资源。
比如有发展潜力的客户、同事、下属、同学或朋友。
他们一般存在于我们的联系录中，或在我们的重点观察之中，但却暂时不需要投入太大的精力与成本进行结交。
四、根据动态变化的状态来划分人脉现在进行时关系：现在迫切需要及利用的人脉，他们对于目前我

们的工作、生活十分重要，与我们有着密不可分的关联。
将来时关系：计划公关的人脉，或是那些将来有可能用到的关系。
他们一般以潜在客户（消费群体）、不太熟的同学、朋友正向你介绍的关系为主。
在对基本的概念进行了详细了解之后，最重要的是如何进行六度人脉资源公关的规划。
没有计划的行动是盲目无知的行为，在人脉拓展中这个道理同样适用。
你想让自己在5年后拥有多大的成就，结交多少朋友，从现在起就应该开始布局和拓展，才能顺利实现自己的目标。
如果你现在没有为5年后作一份计划，制定一个目标，那么5年后你可能还处于现在的阶段，总是临阵磨枪，遇事无人帮忙，过得窘迫而尴尬。
早一点儿为自己的人脉网络进行规划，几年后你就会发现，身边到处是可以随时对你进行协助的专业人士。
只要你一个电话，就有人出手解决你遇到的棘手问题，让你化险为夷，转危为安。
为了避免自己始终在原地踏步，我们在制订计划时，还要注意一些非常基本的要素。
计划应该是详细科学与客观合理的，它必须能够解决我们的现实问题，对自己的生活和工作进行全面检查，改善缺点，发现自己的优势。
在这个过程中，我们须提出一些问题，然后逐一进行解答。
第一，你必须明确自己的事业规划。
我现在和将来的事业发展方向是什么？
我准备从事什么行业和进入什么类型的公司？
我是否准备自己创业，以及在哪个领域进行这方面的尝试？
我的事业生涯大体应该分为几个重要的阶段？
第二，你必须明确自己真正的人脉需求。
我现在的工作顺利吗，是我想要的吗？
我现在正得到的最有力的支持和帮助来自于哪些人？
今后我还需要他们怎么帮助我？
如果我的工作现在不顺利，原因是什么？
如果不是我的能力问题，那么，是我在哪方面没有得到有力的支持？
他们为什么没有帮助我呢？
为了实现我的事业目标，我需要哪方面的人脉资源？
现在，我得到这些资源了吗？
我还需要开发哪些潜在的关系？
当你回答了上述两方面的各类问题，并得出了明确无误的答案，接下来，我们就要制订六度人脉经营的行动计划。
在制订这项行动计划时，你应该注意以下几个问题：1.我们的人脉结构要合理，不能混乱。
在六度人脉的公关拓展中，注意结构配置非常必要。
这包括性别结构、行业结构、学历与知识素养结构，还有高低层次结构以及现在和未来的结构等。
许多人之所以问题不断，需要时找不到合适的关系来帮助他，正是因为他的人脉圈子的结构太过于单一，使得自己的人脉质量很低。
比如有些人，他们只重视在公司内部进行人脉公关，却忽视了公司外部的潜在关系，造成自己的圈子狭窄，信息闭塞。
还有些人，他们只重视当前的人脉资源，却忽视了对于未来的潜在人脉的拓展与储备。
结果就会随着自己事业的发展，环境的变化，在关键时刻出现人脉资源突然短缺的情况，让自己陷入困境，只能临时抱佛脚。
但这样做的效果可想而知，很难顺利地解决问题。
2.我们的人脉储备必须兼顾事业和生活两方面的需要。
人生并非只有事业，朋友也不可能只有客户与同事。
有些人脉，他们可能在事业上帮不上什么忙，但在生活中却是非常好的朋友，能够与你进行心灵的互

动，甚至还是双方实际生活中的好邻居、好知己。
对于这样的关系，我们更不应该忽视。
3.我们的人脉储备必须平衡财富和心灵两方面的共同要求。
如果你的人脉都是基于名利交换的，那么你就等于忽视了人际交往的本质，生活中将难以得到快乐与幸福。
我们每个人都要有一两个真性情的朋友，他们不贪图你的财富，只是跟你进行心灵方面的交流。
当你成功时，他们为你喝彩；当你得意时，他们会对你提出忠告，让你瞬间清醒；当你失败时，他们能够耐心地坐下来，倾听你的苦恼，安抚你的情绪。
这样的朋友，成功时他们与你一起分享，挫折时他们可以和你一起分忧。
还有一种朋友，更是我们必需的，那就是“忠言逆耳”的诤友，他们喜欢跟你抬杠，指出你的缺点，总与你的观点相左，但却是真诚的。
你能够从与他们的相处中，冷静地看到自己的不足，从而让自己更加完善，避免犯下不可挽回的错误。
4.我们的人脉储备还要注意一些高层次的关系。
我们应尽可能多地结交那些有助于我们心智提升的人脉。
他们或是专家、学者、教授，或是某一方面的实战高手，有经验的老者。
定期跟这类人交流，将使我们终生获益。
因为对于有些让我们百思不解的难题，他们只需要几句话，可能就能让我们走出迷津，恍然大悟了。
总而言之，六度人脉理论并不仅是一种人际关系的开拓工具，而且还是基于我们人生成长和完善需求的一种关系哲学。
我们需要确定自己未来的人生之路、事业规划，并评估当前的现状。
明确了关系需求，才能去遵循六度分割理论，设计自己的人脉结构，制定规划，并采取有效的行动，才能最终成就自己。
在本书中，对于这些众所周知的难题，您都能得到满意的答案。

内容概要

20世纪60年代，“ 六度人脉 ”概念由美国心理学家Stanley Milgram提出并加以验证。
所谓六度人脉是指：地球上所有的人都可以通过六层以内的熟人链和任何其他人联系起来。
通俗地说：“ 你和任何一个陌生人之间所间隔的人不会超过六个，也就是说，只要你愿意，最多通过六个人你就能够认识世界上的任何一个陌生人。
”
最初“ 六度人脉 ”是政治圈与财经圈里高端人士必用的成功法则。
政客用它获得竞选资本，商人用它获取资源。
到了后来，它以强大的趋势流行到到美、加、英、法、德、意、葡、日、韩、丹麦、荷兰、巴西、爱尔兰、西班牙、澳大利亚、马来西亚等160多个国家，并开始进入我们每个人的生活。
它小到改变我们每个人的命运，大到改变这个世界。

全球500强企业里有80%的企业的管理层都接受过六度人脉基础课训练，以便于他们用最短的时间丰富有效资源，找到想合作的那个人。
西方越来越多的父母在孩子16岁后送孩子上六度人脉专业课，以便于孩子在进入社会前就有意识地筛选与丰富自己的人脉库。

如今，许许多多的人利用六度人脉获得了成功，从曾经世界首富比尔·盖茨到美国总统奥巴马，从传媒巨头默多克到国际巨星麦当娜，正如洛克菲勒曾说过的：“ 我愿意付出比天底下得到其他本领更大的代价来获取这种与人相识相处的本领。
”而在好莱坞则流行一句话，“ 成功，不在于你知道什么或做什么，而在于你认识谁 ”。

本书作者为资深公共关系培训专家，美藉华人，致力于六度人脉的研究和实战，并运用六度人脉获得了事业上的成功。
他与美国政坛神秘的“ 公关黑手 ”史密斯联合成立了一家公关公司，参与了多起世界级企业的收购谈判。
近年来，他逐渐从商业舞台的叱咤风云转向自己更感兴趣的政商舞台的人脉公关领域。
曾担任切尼总统竞选顾问组成员。

作者在向读者介绍六度人脉运用的同时，也在阐述这样一个事实：如何根据自己的个性和特点，构建一个开放的属于自己的并主动伸展于无限空间的六度人脉网，提升我们的社交范围，实现自己的职业发展并完善自己的情感圈。
在本书中，作者就许多问题给出了具体的可操作的建议和技巧，比如你如何在一次会议、一次聚餐或者一次偶然联系中突破人脉瓶颈，以六维度的方法建立双方联结。
本书除了作者自身的经历和经验，也介绍了众多的知名人士的社交案例，其中包括他的客户、合作伙伴，以及中外商界与政界的名流。
本书以通俗易懂和深入浅出的方式，将种种事例和理论方法贯穿其中，适合不同职业和年龄层的读者。

作者简介

李维文
资深公共关系培训专家，旅美华人，致力于六度人脉的理论研究和实战，并运用六度人脉获得了事业上的成功。
他与美国政坛神秘的“公关黑手”史密斯联合成立了一家公关公司，并参与了多起世界级企业的收购谈判。
近年来，他逐渐从商业舞台的叱咤风云转向自己更感兴趣的政商舞台的人脉公关领域。
曾任切尼总统竞选顾问组成员。

书籍目录

Part 1 无所不达的六度人脉网
◎赢家的武器：六度分割理论
◎关系的方向和传递
◎到达和建立联系的区分和不同价值
◎可信任的网络
Part 2 小世界做成大事情
◎你能走多远，取决于谁和你同行
◎总有一个人，你可以少奋斗二十年
◎六度人脉的权值效应
◎最短的距离有多远
◎从第一步跳到第六步
Part 3 寻找你想找的任何人
◎“为什么没人帮我？”
◎“为什么他可以一呼百应？”
◎走不出去的人脉困局
◎六度人脉是价值传递，不是信息营销
◎寻找那个人：方式比方向重要
Part 4 不可忽视的首因效应
◎“人脉帝国”的蝴蝶效应
◎重视结交陌生人
◎首次见面往往决定成败
◎“告诉我，你最好的朋友是什么人？”
◎六度人脉的十大首因法则
Part 5 “第二人”决定你的价值
◎重视朋友的“朋友”
◎通过关系找关系
◎锁定你的“第二人”名单
◎永远不要怕吃亏，让关系主动找上门
Part 6 最关键的那个人，往往是客户
◎先从善待客户开始
◎与客户建立人脉关系的四大准则
◎展示工作以外的闪光点
◎怎样让客户为你介绍新关系
◎不要忘记旧客户
◎运用生动高效的交流技巧
Part 7 突破小圈子，升级自己的人脉层次
◎想看清一个人，就去认识他的朋友
◎扩大圈子，必须要有布局意识
◎别错过任何传递价值的机会
◎不停地结识成功者
◎人脉挂靠：依附名人的影响力
Part 8 提升自我，强化自己的人脉磁场

第一图书网, tushu007.com

◎亘古不变的人脉法则：价值决定人缘
◎“ 你能帮我什么 ”和“ 我能提供什么 ”
◎强者看重你做事的能力
◎为自己的沟通能力插上翅膀
◎拉近距离，你需要提升亲和力
Part 9 建设“ 六度人脉 ”黄金库
◎想一想，我拿什么来吸引朋友？

◎迈出的第一步很重要
◎内向的人应该多利用网络
◎不要忽视小人脉：名片的巨大价值
◎利用同理心
◎细心就有朋友
◎抓住每一个帮助别人的机会
◎认识自己，才能锁定人脉
■后记：不要让自己孤独的奋斗
■超值附赠： 六度人脉黄金手册（收录100条黄金法则）

章节摘录

媒体关注与评论

编辑推荐

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