

<<别让猪上树>>

图书基本信息

书名：<<别让猪上树>>

13位ISBN编号：9787543888494

10位ISBN编号：7543888491

出版时间：2012-11

出版时间：湖南人民出版社

作者：王洪浩

页数：245

字数：180000

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>

<<别让猪上树>>

前言

自序猪永远上不了树在写这个序的时候我首先不是要感谢谁，而是要抱怨一下杨嵩，如果没这个家伙提出让我去参加《老板是怎样炼成的》这个节目，我这本书将要厚很多。

通常我每写一本书就要吐血一升，但是在写这本书写到75%的时候，这个家伙让我去做《老板是怎样炼成的》的节目评委，我也没少上过电视节目，以为肯定轻轻松松就能对付过去了。

不曾想这个节目的制片人刘爽是一个有强迫症的家伙，对很多问题有病态的执着。

他当地主，我当苦力。

如果地主很“敬业”，苦力也没辙，只能跟着耗。

东家都起床了，苦力还能睡美容觉？

而张绍刚我就不说了，全国人民都看到了，那是一个“刚刚”的！

所以在这个节目中我吐血半升。

人的血就这么多，节目中吐了半升，写书需要的血就没得吐了，干啐了几下，吐出了些胆汁，书就悄悄地杀青了。

所以如果你们怨我书没有写到位，不要找我，找杨嵩、刘爽或者敬爱的张老师。

不过我相信天道酬勤，《老板是怎样炼成的》这个节目一定能成功，否则我吐的血不白吐了？

不过话说回来，在中国现如今浮躁的社会中，貌似大家也不太需要那些大部头的书，所以我觉得其实一本书厚不厚不重要，观点对不对才重要，有没有启发更重要。

从这方面讲，我肯定对得起自己的良心，至少扯淡的话我基本没说。

谈到这里，我要和老板、高管们说句私房话，如果你因为同情谁而给谁一个工作，基本上你就等着将来被别人同情吧。

找不对人，一定干不成事。

千万不能犯让猪上树的错误。

穷一生之力未必能让猪上得了树，而找只猴子无论如何也花费不了这么大的力气。

所以，千万别因为你第一眼看到一头猪就图省事，不想再找了，一拍脑袋说：“就你了，给我赶紧上树！”

“有人说：“老王，你这种说法岂不是歧视人？”

“你不是剥夺别人上进的权利吗？”

“其实我觉得特别好回答，大家实际上也都有答案，只不过中国人含蓄，即使知道也不说。

算了，还是我来做恶人吧。

不能让猪上树的原因有二：第一，猴子有猴子的舞台，猪有猪的舞台，猪的舞台在圈里，硬让人家上树不是帮助，是歧视；第二，培训和自我修炼虽然能解决部分问题，但解决不了全部，而且结果不可知，时间不可控。

不排除有基因突变的，但是概率小，周期长。

行了，我也不在这里磨磨叽叽了，如果有兴趣，赶紧看正文吧。

如果你想对我有更多了解，很简单，上新浪微博，找“科特杰王洪浩”。

赶紧去关注我。

如果觉得我写得不好可以约架，如果觉得我实在才华横溢，约“”””（此处省略N字）也是可以考虑的。

<<别让猪上树>>

内容概要

21世纪最重要的是人材！

你的公司用对人了么？
你把人才放到了最适合的位置了么？
你是不是正试图让猪代替猴子爬树？

让全国收费最高的猎头顾问来告诉你，怎样正确选才用才吧！

本书带你一窥竞争激烈的人才战争，拨开选才用才的重重迷雾，避过人才设置的种种陷阱，发现人力资源的真相！

作者从事猎头工作多年，在书中针对职业经理人、用人企业，甚至对所有的职场人士，提出了许多中肯、实用的建议和意见。
文中更教授企业怎样带眼识人，怎样从各种“面霸”中寻找真正的人才，怎样从各类猎头公司中寻找真正有能力的合作伙伴。
书中运用了众多实际案例来深入剖析求职者的心理和企业用人方面存在的弊端，多次强调了选对、用对人才对企业的重要性。

<<别让猪上树>>

作者简介

王洪浩，1995年毕业于上海交通大学，曾历任知名跨国企业中高层管理职位，科特杰猎头公司创始人、总裁、高级顾问。

南方都市报专栏作家。

曾任《非你莫属》职场规划师，《老板是怎样炼成的》节目评委，职场节目《天生我才》职场规划师及BOSS团成员。

<<别让猪上树>>

书籍目录

第一章 别笑，猪真的上不了树

猪没有错，你错了

别让猪爬树

猎头，一个褪去光环的行业

猎头，搜寻人才的雇佣兵

幸福可否早到30年

这人不是猎头顾问

第二章 别哭，这就是真相

人之初，性本私

非我能用之才非才

天才永远稀缺

合理是相对的，制度则是必需的

结果是检验人才的唯一标准

第三章 别怕，这就是人才战争

对稀缺资源的争夺

制胜的关键

花钱买路，我们需要指路人

流氓会武术 VS 大象能跳舞

第四章 别装，用人就那点事儿

企业的灵魂

有效的战争机器

从贤不从众

留住你的人才

第五章 别跳，那都是用人陷阱

成本错位

轻信“怀才不遇”

用人不疑，疑人不用

事必躬亲

错位使用

邯郸学步

飘忽不定

乱交学费

第六章 别怀疑，我是经理人

我是谁

高处胜寒

择主而事

经理人众生相之怀才不遇型

经理人众生相之稳健发展型

经理人众生相之聪明失败型

经理人众生相之勤奋落伍型

第七章 别不信，这就是江湖

壮士解腕

江湖潜规则

刀口舔血

灰暗的胜利

<<别让猪上树>>

短兵相接
雄鹰折翼
后记猎头十年

<<别让猪上树>>

章节摘录

花钱买路，我们需要指路人我曾碰到一个颇具黑色幽默性质的事例。

几年前，我的同事和一家保健品公司（这个公司的母公司的主业并非保健品）接触了一下，这个公司希望我们帮助他们寻求一个营销总监或者是销售总监，实际上他们自己也不太清楚自己需要一个什么样的人。

由于我有一些营销方面的背景，所以我的同事希望我可以参与这个项目。

和他们接触以后，我发现这家公司的问题非常多，除了还算有点儿钱以外，其他什么也没有。

而且，他们正在犯一些常识性的错误。

我的判断是：如果真的要做好这个项目，需要花很大的精力。

但问题是这家公司的老板对我们的正常收费是不认可的，他认为这些东西看不见、摸不着。

你让他出100万元买辆车没问题，让他出10万元找条路他就想不通了。

但是有车没路，车还不是废铁？

正如我们所担心的，这家公司愿意支付的佣金少得可怜，要命的是他们对这个项目的领军人物的期望值非常有问题，在资源不足的情况下待遇也不愿意给得高，只是给一些非常空洞的共同创业之类的精神鼓励。

这样，由于风险和收益不成比例，而且我们认为这个项目很难有好的结局，所以决定放弃。

毕竟，我们不是慈善机构。

出于礼貌和职业道德，虽然我们明确表示了要退出这个项目，但我还是亲自回答了他们询问的几个问题。

我以为故事结束了，没想到才刚刚开始。

他们紧接着排山倒海般询问我新的问题，如果我一一答复这些问题将是一个巨大的工程。

因此，我只能礼貌地告诉他们：“对不起，我实在不能做免费的回答。”

“对方的反应更令我吃惊，他们认为：“我都没有看到什么收益怎么给你钱啊？”

等到事情干完了再说吧。”

“到了这份儿上，我也实在无话可说了，我能说的只有“抱歉”。

6个月后，经过几轮毫无意义的尝试和犯了大量常识性错误后，这家公司放弃了这个项目。

这家公司犯了常识性错误，他们没有搞清楚将军对战争的作用。

在没有将的情况下就招兵，这些兵除了消耗粮食以外没有什么别的作用，而且他们在用人方面非常投机，对关键岗位的职业经理人不肯给好的待遇和承诺，希望用空头支票来取代现金，还希望猎头公司做一回雷锋。

当找不到路就是死路一条的时候，其实花钱让别人给指条明路是唯一的选择。

当自己找路比让别人找路的成本还高的时候，我们为什么不省时省力地让别人给我们指路？

在知识爆炸的年代，任何人不可能也没有必要成为所有方面的专家，尤其在进入一个新的领域或企业出现变局的时候，外力是非常重要的。

事实上，所有人和所有企业都需要向别人咨询，包括本身从事咨询行业的企业，而在不恰当的时候企业的自大和自力更生几乎就是变相自杀！

给各位讲个案例，是关于一个叫“赚得多”的风险投资公司的。

赚得多公司在互联网领域的投资斩获不少，但是，他们希望能够进入日用消费品领域，他们开始频频与一些创业团队和公司接触。

这个新的项目由一个合伙人赵云负责。

我曾经见过赵云，知道这个消息后和他联系了一下，想看看有没有合作的机会，因为我知道他们团队的大体构成，根据常识判断，他们没有懂消费品的人。

赵云非常客气但也没有什么回复，他认为做生意的道理差不多，自己的公司也很谨慎，暂时没有这方面的需求。

看到这个情况，我也只能礼貌地表示再联系了。

几个月前，我的一个朋友告诉我赚得多公司正准备投一笔钱到一个项目上，负责人就是赵云。

<<别让猪上树>>

出于好奇，我打听了一下来龙去脉。

我的朋友说这是一个做酱菜的项目，商业模式很简单，就是找别人代工贴牌生产产品，然后卖给经销商。

我问：“这个项目已经开始运作了吗？”

我的朋友说：“还没有，等赚得多公司给钱呢。”

我问：“这种项目也能拿到钱？”

我的朋友说：“可能赚得多公司希望摆脱所有项目都是与IT有关的局面吧，所以想进入传统行业试一下。”

不过这个项目很好，毛利很高，这个项目的团队成员都很强，领头的吕布水平很高，经销商都非常愿意给钱……听到这里，我感觉这真是一个非常拙劣的故事，是一个烂到家的破项目，如果让风投投资，才真叫没安好心。

关键是赚得多公司没有了解这个项目的内行，看不出其中的猫腻。

我本人就是从消费品行业出来的，用我所具有的知识来分析，这个项目有几点是完全站不住脚的。

第一，这是一个没有核心竞争力的项目。

生产？

你没有工厂，成本不可能是最低的。

品牌？

你还没有开始运作，品牌力是零，而打造一个品牌谈何容易！

渠道？

更是笑话。

大家都清楚经销商是商人，他不可能因为过去和你做过生意，你现在再做一个新品牌还无条件支持你。

渠道追逐的是利益，不是情谊。

团队？

这更是大笑话，临时拼凑的部队能打赢久经训练的正规军？

而且领头的吕布这人我听说过，负面评价多过正面评价。

第二，这是一个赚得多公司根本无法控制的项目。

快速消费品的市场投入费用非常复杂，很多费用的投入产出比很难评估。

这也是这个行业灰色收入很多的原因！

就像一个平面设计，20万元可以，2000元也可以。

二者之间细微的差别只有行业内的高手才能分辨得出。

各种名目繁多的终端费用、促销费用，别说外行，内行都头大。

而这些费用的支出，尤其是在项目的前期，你根本没有一个历史参考依据！

钱如果不花，等死！

不会花，找死！

如果被人别有用心地乱花，必死！

以赚得多公司目前的人力配备，他们根本不理解这些费用的分配，监控几乎是不可能的。

而在这种情况下只有一种可能，就是失控！

我考虑了一下，觉得有必要打个电话提醒一下赵云，电话通了以后我先寒暄了几句，并客气地说：

“听说你们要投资一个酱菜的项目……”我其实想告诉他这个项目有问题，而且我认为他们团队中应当配备懂快速消费品的成员。

但赵云的反应非常冷淡，他告诉我这个项目不错，言下之意很明显：别试图推销你们的服务了。

其实，就算对方不考虑用我们的猎头服务，我也可以将我的观点和他分享。

但是，对方的态度让我也觉得没有再谈下去的必要，所以寒暄两句就此打住，人员配备方面也没再多说一句。

我心想：哥，您就自己折腾吧！

我相信各位都很希望知道结果，好结果往往来得很慢，而坏的结果往往来得很快。

<<别让猪上树>>

这个项目比我想得更加烂，吕布根本就没有想过将这个项目做起来，再加上赚得多公司派出的项目经理完全没有行业经验，投入的款项几乎全部进了吕布的腰包。

赚得多公司根本就玩不转吕布。

我觉得赚得多公司犯了两个大错误：一是在进入这个领域前没有请教这个领域的专业人士，也没有招聘专业的人才。

能投资几千万元到消费品项目，为什么不出一小部分钱建立这方面的团队？

二是就算我去拉生意，就算我希望从他们那儿拉点儿投资，也改变不了我对消费品的理解和团队建设的理解是对的这个事实，为什么不虚心一点儿让我把话说完？

每个公司在经营过程中都可能遇到类似的事件，大家都可能在不同的时间站在不同的十字路口，这时候我们需要别人来给我们指路，说得更加直接一点儿就是我们需要投入资金来让别人给我们指路。

否则，你就做好准备付出更多的时间和代价吧！

在人才战争中谁来帮你指路？

优秀的猎头顾问至少是其中的一个选项，尤其是进入一个相对陌生的领域。

猎头顾问就算不知道路在何方，他至少可以帮你找到给你指下一段路的人。

在人才战争中，猎头的角色既是雇佣兵，也是参谋。

流氓会武术 VS 大象能跳舞任何一个公司想胜出都需要靠某一种核心技术，但是，不同类型的企业的核心技术是完全不同的。

我非常遗憾地发现，很多管理方面的书籍混淆了这些区别，这导致很多公司越学习死得越快，但不学习就是坐以待毙。

悲剧啊！

企业由于规模不同可以分别被比喻为狐狸和大象，狐狸有狐狸的活法，大象有大象的活法。

狐狸由于体形小，必须不断地投机取巧，必须见到强敌就跑；而大象由于体形大，要找到食物供给充足的地方生活，要更好地协调自身的各个庞大的器官，但是它的天敌少，需要关注的竞争对手不多。

正因为如此，才导致了各自的生活策略和生存方式完全不同。

很多商业大哥的某些观点客观上是对小公司的愚弄，我们不能在少年时期学习人家中年后的行为。

如果一个小公司一开始就处处模仿大公司，基本上不死都难。

大公司有什么部门你就设立什么部门，大公司请什么人你也试图请什么人。

用脑袋想一下，你怎么可能竞争得过大公司？

事实上，任何一个伟大的企业都是从1岁活起，从小做起。

1岁的时候不可能“十八般武艺样样精通”，它的优势往往只有一两个，而且资源也肯定严重不足。

在这个阶段，运用一些“取巧”的方法也是不得已的选择。

今天在商界叱咤风云的大亨其实在当年都是小狐狸，而不是天生的大象。

狐狸虽小，却有极强的生命力，它们很会取巧，它们是生物界的流氓。

流氓没有太多的条条框框，所以很容易创新；流氓脸皮厚，所以百折不挠。

但是，流氓不等于无赖，他们有血性，敢于拼搏。

而且，仅仅是流氓是不够的，流氓需要再会点儿武术。

例如韦小宝，他比普通流氓会打架，且办法比陈近南多，所以想不成功都难。

而在商业社会中，什么是武术？

那就是战略和战术。

实际上，企业在发展的初始阶段可采用的“武术”也可以理解为一种“游击战法”。

游击战并不是堂堂正正的战斗，也不遵守什么条条框框，打得赢就打，打不赢就跑。

小企业在请人的时候不要总想着样样都和大公司比，不要找一些只懂如何“让大象跳舞”的人，而是要请一些“游击战”专家。

要知道，自己80%以上人员的素质是不如大公司的，这是现实！

我认识一个企业家，他的生意实际上也就是刚刚度过生存期，但是他心怀宇宙。

<<别让猪上树>>

他特别仰慕大公司，在和一个半吊子咨询专家深度沟通后，他将公司的全部重要岗位换上了有跨国企业背景的专业人士。

最后的结果是，他的公司在改革后一年内倒闭。

我在一个私人聚会上见到了这位落魄的老板，他询问我自己的改革是不是还不够彻底。

我哭笑不得，告诉他：“你请来的人都是习惯打领带的，你却让他们上山打游击；他们是有屠龙术的专业人士，你却让他们捉麻雀。

在这种情况下不互相坑一把才怪呢！

您在现阶段需要请几个会武术的游击专家做帮手。

他们本身就没有资源，所以不需要太多的资源配给，随便捡块板砖就是远程武器，拿把菜刀就是近战装备；他们善于鼓动，所以不需要广告支持；他们办法多多，会有很多被专业人士嗤之以鼻的独门暗器。

最后，你再给出高薪，画上一张大饼（可以称为远景），这才是正路！

反观大的企业，他们不再依赖狐狸般的狡猾，他们需要的是协调和配合，不能为一个人而损害整个系统。

大企业不太需要天才，需要的是精确的管理、更加紧密的团队合作。

事实上，只有限制一些个性，大象才能跳舞。

当小企业最终长大以后，流氓会武术的风格会慢慢地被大象能跳舞取代。

。

所谓对错，都是在某一个环境下而言的。

……

<<别让猪上树>>

编辑推荐

《别让猪上树：企业低成本高效率用人法则》的作者王洪浩凭借多年的猎头经验和阅历，以“四两搏千斤”的方式，简单地诠释了复杂的招聘技巧。

同时，独具匠心地将案例中的真实人物用历史典故中的人名代替，读来诙谐、幽默，令人捧腹。

《别让猪上树：企业低成本高效率用人法则》这个书名有深刻的含义，旨在告诉读者要选择“猴子”执行爬树的任务，而不是笨拙的“猪”，也就是把正确的人放到正确的位置上。

在现今的人力资源市场上，职业经理人和猎头公司数量众多，却良莠不齐，真假难辨。

可是，企业对于人才，人才对于企业，却都有着迫切的需求。

在此时，《别让猪上树：企业低成本高效率用人法则》的出版，致力于给雇佣双方提供真正可靠实用又具指导性的方法。

<<别让猪上树>>

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>