

涡轮教练：教练式领导力手册 (博恩·崔西职业巅峰系列)

作者：（美）博恩·崔西

博恩·崔西职业巅峰系列

涡轮教练：教练式领导力手册

本书由“行行”整理，如果你不知道读什么书或者想获得更多免费电子书请加小编微信或QQ：491256034
小编也和结交一些喜欢读书的朋友 或者关注小编个人微信公众号id：d716-716 为了方便书友朋友找书和看书，小编自己做了一个电子书下载网站，网址：www.ireadweek.com QQ群：550338315

目录

前言

第一部分 目标清晰

第1章 战略规划

第2章 从事哪个行业

第3章 研究竞争

第4章 了解你的客户

第5章 找到你的强项

第6章 解除限制因素

第7章 你在S形曲线的什么位置

第二部分 提高效率

第8章 提高生产力的11种方法

第9章 帕累托法则

第10章 归零思考法

第11章 有效委托

第12章 杠杆的力量

第13章 李嘉图的比较优势法则

第14章 帕特农原则

第三部分 壮大企业

第15章 提高收益的7种方法

第16章 客户满意的4个层次

第17章 通过客户的推荐建立你的生意

第18章 制订一个强大的营销计划

第19章 完成你的营销计划

第20章 创建你的个人品牌

第21章 利润最大化

高级培训和辅导项目

价值观列表

关于作者

前言

过去几年，个人和专业培训变得异常活跃。几千名注册教练为各行各业的人服务。人们已普遍承认，接受培训可以使人在较短时间内提高工作表现和生活满意度，比自己努力所花费的时间要少。

自成年以来，我花费了大量时间来研究提高个人表现的最有效的方法和技巧。20多年来，我已经为上千位客户提供了培训和辅导。经过训练，他们所获得的成果是惊人的。改变自己的生活和工作状态并不奇怪：培训完成以后，人们提高了自己的收入，迅速提升了自己的健康水平和人际关系。当然，并不是每个人都能请得起私人教练，这就是我和坎贝尔·弗雷泽写这本书的原因。

在这本书里，你会反复读到一些我们给客户提供的并经过证明的实际应用技巧和训练方法（客户每年花上千美元来学习和应用这些技巧！），你看了以后也会应用这些技巧，从而快速提升自己的个人表现。《涡轮教练》就是你的私人教练。

有这本书教你、鼓励你，你会学到如何建立标准，确立优先顺序和确立目标；你可以学到如何分析自己，找准自己的优势；你也能学到如何委托、外包和取消任务和活动，这样你就可以专心做对你自己和你的公司最有价值的事情；你还能专注于一些行动和提升计划，以及在预定的时间段内评价自己的成绩。

这种涡轮增压的培训项目，能让各种各样的读者，包括接受培训的学生和教练从中获益。我们同样期待这本书能够帮助到你。

博恩·崔西

2004年10月

第一部分 目标清晰

第1章 战略规划

“珍惜你的憧憬和梦想，把它们当作你灵魂的孩子和未来成功的蓝图。”

——拿破仑·希尔

在过去的6个月时间里，有没有想过设立一个具体的关于职业或行业的目标？是 否

如果你为自己设立了目标，有没有列一个时间表去实现它？是 否

本章探究了个人战略规划的关键概念和技巧。在本章后面的应用练习部分，你会清楚自己的期望、任务、目的和技巧，从而确定职业或行业目标。

成功很大部分取决于一个人思考、规划、决定和行动的能力。你在这几个方面的能力越强，实现目标就越快，在生活和事业上的幸福感也就越强。

个人战略规划是你到达理想位置的工具。用战略规划来组织和指导生活的人与不用这一技巧的人相比，就像是乘飞机和乘火车的区别。这两种交通工具都能带你从A点到达B点，但是飞机——个人战略规划能够让你不用停站，更快到达！

战略规划的技巧并不像眼球的颜色或是完美的乐感一样是与生俱来的，它是一套系统思考和行动的方法，可以后天学习，就像骑自行车或是换轮胎。经过练习，你将会掌握这一技巧的多个元素，然后将它们融入到日后的思考和行动当中。当你真正掌握这一技巧，就会收获巨大的惊喜，生活和事业会飞黄腾达、一往无前。

节约时间和金钱

为什么战略性的规划和思考如此重要？答案很简单：它能帮你节省时间和金钱。当你思考和分析一些职业或行业上的关键问题和想法时，你会发现你更关注目标实现的一些必要性工作。同时，你会停止做那些让你远离成功的事情。你会做更多对你来说重要的事，而其他不重要的也不会干扰你。你不仅为自己，也为工作设立了目标。在衡量和评估结果方面，你会越来越熟练。无论是在工作还是生活方面，你都驶入了快车道。

企业战略规划的目的是增加资产收益。资产是股东投资的、在企业运营中流动的一定数量的钱。管理者利用战略规划分析和重组人员来获得最大的经济效益，其最大目标就是盈利。

公司企业也有战略规划，它们一般会通过充分利用人员和资源来获取更好的回报。有效的规划会帮助他们战胜竞争对手。这些公司会销量火爆、市场份额增加、盈利增加、有更好的资产回报率并在市场上占据重要位置！

规划你的生活和事业

在个人战略规划中，目标都是大同小异的。其目的不在于获得更多的资产收益，而是通过一定的规划让你汲取更多的能量。你也许会说，战略规划会提高你在生活上的回报。

衡量一桩生意的资产值要看金融资本有多少，同样，衡量个人资产要看你的人性资本有多少了。

个人资产是指你能为你的事业所投入的身体的、情感的以及心理上的精力。在投入这些精力的基础上，设一个回报尽可能高的目标。你的付出、投入有多少，收入和整体满意度就会有多少。这是个人战略规划的最核心作用。

当你感到灰心、失望或是觉得再也不可能达到自己想要的结果时，你该回过头去想想自己的战略规划。这是一个机会让你坐下来，问自己一些很重要、又很难回答的问题。如果你在工作中负面情绪严重，压力大，或是你觉得自己的收入并不符合自己的工作时间，那么就花一些时间去回顾并且修改自己的战略规划吧。

问自己一个重要问题：我干什么能干得最出色？找一些自己擅长的或者比其他人干得好的领域。你需要知道什么才是你的竞争优势。

这是战略规划的生命源泉。回答这个问题会帮你找到生活和事业规划的中心。成功与否直接取决于你在工作最核心部分的表现如何。一个人一生所要承担的责任中，这一个无疑是最重要的：确定你所擅长的领域并确保它能给你的事业和收入带来最积极的影响。一旦你确定了这个领域，就全身心地投入，尽可能让自己成为这一关键领域中表现最好的那个。

加里·哈默尔在《竞争大未来》中告诉我们，那些优秀企业会提前5年规划本公司的发展，并且确立自己的核心竞争力，以便在市场上站稳脚跟。现在，这些公司仍然在执行这一发展计划，确保在将来它们仍能保持自己的核心竞争力。

你在列计划的时候也可以采用这一战略。你知道3~5年后，要想到达所在领域的金字塔顶端，你需要具备哪些核心竞争力？你需要掌握哪些技能？你知道这些技能和你现在运用的技能有什么不一样吗？你怎么开始学习这些技能？从今天开始，列一个计划来学习和掌握这些额外的技能吧！然后，每天按照计划开始行动！

十几年前，我们遇到一个客户，她在执行方面升职得特别快。以前，她很害羞，不敢在众人面前讲话，但后来，她做到了。她意识到了为了达到成为公司副总裁的目标，她必须要从保护壳中走出来，培养自己公共演讲和展示的能力。于是，她参加了“宴会主持人俱乐部”，每天很努力地练习演讲的技巧。她的目标是首先成为一个合格的演讲者，然后，一个有能力的演讲者，最后，一个技巧高超的演讲者。现在，她已经超出了自己最初的目标，成了一名高级副总裁。

8个基本问题

以下是你开始战略规划之前必须要考虑的8个问题。好好利用你的分析思维，想想这几个基本问题。问题的答案会帮你找到一个理想的行业和职业方向。

- 1.价值观。在你的事业或者工作中，哪种价值观、品德、素质和特征是最重要的？
- 2.期待。想象一下5年后，你的工作或者事业干得很成功，那会是一幅怎样的画面？
- 3.任务。基于你的价值观，你怎样具体地实现你的期望？
- 4.目的。所有成功的经理人或企业家有一个共同目的——通过自己的努力或者事业帮助他人。你的职业或事业的目的是什么呢？
- 5.目标。为了实现理想，你要实现哪些具体的目标？
- 6.知识和技能。为了实现目标，实现理想，你需要在哪方面技高一筹？
- 7.习惯。为了成功实现目标，你需要养成哪些思维和行为习惯？
- 8.日常活动。为了成为你希望变成的人以及达到你想实现的目标，你需要参加哪些具体的日常活动？

记住，你思考的质量决定了生活的质量。越是问自己一些深入、犀利的问题，答案也就越有意义、对你越有帮助。就像提高人的思维没有止境一样，提高生活质量也是没有止境的。

根据对应法则，外在是内在的反映。内在不变化，外在就不会变化。对自己以及自己的价值观和目标了

解越多，发生通向成功的积极变化也会更快。

应用练习

- 1.从本书附录所列的价值观列表中，选择3~5个最能代表你职业或行业组织原则的价值观念。
- 2.弄清楚自己对职业或行业的期待。你理想的职业或行业是什么样的？工作的大大部分时间都在干什么？能收获什么？你想与怎样的人共事？你有着怎样的责任？你处于哪个行业？
- 3.基于你的价值观和期待，确定职业或行业具体的任务。
- 4.你工作或干事业的目的是什么？为什么人服务？
- 5.哪一个目标，是你一实现就对理想职业或行业的达成最有帮助的？
- 6.哪一个技能，假如你很擅长，就能够帮你实现最重要的事业/工作目标？
- 7.学习了本章，你会立即采取哪些行动？

“一个人只要一心想着自己的目标，就应该在心里画一条通往成功的直路，既不往左也不往右看。”

——詹姆斯·艾伦

第2章 从事哪个行业

“机会只偏爱那些有准备的人。”

——路易·巴斯德

有没有想过你目前从事的这个行业？是否

有没有想过你还能从事哪个行业？是否

本章通过阐释和论证目标设立和战略思维的核心来帮你确定你是谁以及你想要什么。第2章后面的应用练习列出了一些开始这个过程之前必须要回答的关键问题。

在你的职业或行业道路上反复遇到的这7个问题及其答案会帮你专注于思考，并指导你做最重要的决定。定期问自己以下几个战略问题，对任何一个问题产生新的答案都会对你的事业和工作方向带来巨大改变。

- 1.我从事哪个行业？
- 2.我还能从事哪些行业？
- 3.我的竞争力是什么？
- 4.谁是我的客户？
- 5.我的强项是什么？
- 6.我主要的弱点是什么？
- 7.在个人和事业发展过程中，我正处于什么位置？

本章探讨前两个问题，后续问题则会在下面的章节中谈到。

明确你的职业或行业

第一个也是最重要的问题是：我从事的是什么行业？这个问题可不如看起来那么容易。为了确立你的职业或行业目标，你必须首先学会明确你的工作，知道你能为你的客户、为你的公司做什么，不断拓展你的业务范围。千万不要满足于第一个答案，再多问自己一个问题，尽量去找到新的应用领域、新的市场和新的定位。

例如，20世纪初期，铁路部门仅仅把自己定位为铁路交通的供应商，没有看到新技术和新交通工具，如卡车和飞机，所带来的威胁。如果它们把自己定位为人和货物的运送者——交通供应商，那么应对新技术变革的姿态就会大不一样。

同样的，在计算机兴起的早期，很多公司做计算机的运营。它们把自己定位为免费信息的供应商，目标是吸引尽可能多的流量。但这些公司没有关注产品和服务的销售，没有把盈利当作重点，于是最终被行业淘汰。这些公司并没有看到互联网其实是一个通信与销售渠道，是跟其他行业一样，必须要把利润放在首位的。缺乏对环境和行业的准确定位，使它们损失了十几亿美元的投资。

在给自己的行业定位时，想一想，你的产品和服务是怎样影响其他人、其他组织的生活和工作的，二者是怎样发生联系的。考虑你现有的客户和未来想发展的客户。在定位个人工作时，考虑一下你的老板和同事。想一想，你和你提供给各种组织机构的产品和服务给国内和国外客户带来了什么样的影响。

瞄准未来：你还能从事哪些行业？

接下来的一个问题是：如果一切都照目前这样发展，我未来将会在哪个行业？

想一下2年后以及5年后你的职业或行业是什么样子的。如果你对自己的工作或行业的定位没有什么改变，到时候，你会做着什么样的工作呢？如果继续照现在这样工作，是一个稳妥、可行的办法吗？或者，你是不是应该想想怎么改变一下？

先想象一下，你能干什么行业。假设你的知识背景、技能、一直经营的产品或服务、行业、市场突然改变了，你会怎么样？换句话说，如果你愿意对目前的职业或行业环境做出估量和判断，并且愿意付出行动，你能够进入哪些行业？

进一步分地话，想一想你应该在哪个行业。要想得出答案，你必须要进行一个深入的、全面的自我盘点、自我剖析。清楚了解你的技巧、能力、志向、精力，特别是意愿，然后分析一下你的职业或行业所处的市场。二者匹配吗？如果不匹配，那就做一些力所能及的改变让你的职业或行业在市场上蓬勃发展，或是选一个更加适合你的市场。这些问题都属于一生中面临的最重要问题：为了在未来能过上想要的生活，干自己想干的工作，你必须做出哪些改变？

应用练习

- 1.你目前从事什么行业？
- 2.你能从事哪些行业？
- 3.你应该从事哪个行业？
- 4.你不应该从事哪个行业？
- 5.在行业里，你必须做出哪些改变才能让它变成一个理想的行业？
- 6.你个人能做出哪些改变让你的行业成为理想的行业？
- 7.学习了本章，你会立即采取哪些行动？

“想要了解现在的自己，必须从过去寻找答案。”

——罗伯特·路易斯·史蒂文森

第3章 研究竞争

“事实绝不因被人忽略而停止出现。”

——奥尔德斯·赫胥黎

过去6个月时间里，有没有花时间从你主要的竞争对手身上学点什么？是 否

有没有想过你的主要竞争对手对整个市场做出了哪些贡献？你熟悉他们的业务或者营销策略吗？是 否

本章探讨了如何在组织和行业内部和外部识别你的竞争对手。这会帮助你制定一些在最短时间内战胜对手的策略。本章后面的应用练习会带你一步一步地理清你的客户需要什么？竞争能给你带来什么？你如何把自己的产品和服务扩大到最大限度来满足消费者的愿望和需求？

不管你是给别人打工还是自己当老板，竞争是商业活动中不可避免的。定价（无论是作为谈薪水的一个步骤还是一种营销策略）是一个很好的例子。你会怎样回答这个问题：谁决定你收费的价格或是你的薪资水平？你会说是你的销售情况，你的市场份额，或是你多年来的经验？很多人也许会说是他们的客户或者老板定的价，而另外一些人也许会认为是他们自己定的价。其实，这些都是你未来事业成功的重要决定因素。

但是，这些都不是最主要的决定因素。最主要的其实是市场上的竞争。无论你的公司是在开放的市场还是在在一个组织内部销售商品和服务，都会遇到竞争。为了发展而竞争，或是为了稀缺资源而竞争。因此，深入研究你的竞争对手，了解他们、同时了解你自己很有必要。

很多处在竞争当中的人都会犯一个错误，那就是化解竞争。聪明的竞争者不会藐视竞争、抱怨竞争、批评竞争或是轻视竞争，而是会尊重自己的竞争对手，让自己的企业学习对手。

调查研究你的竞争对手。他们做了什么才赢了那场促销大战或是成功应聘某职位？在市场渗入以及占领市场主导地位方面，他们有什么策略或者战术？他们如何定位自己的产品或服务？他们建立了怎样的联盟或网络来保证不同部门、不同分支机构之间的完美合作？客户为什么买他们的产品或服务？他们是怎样服务客户或者在组织内外建立关系的？他们的定价政策是什么样的？他们掌握了哪些技巧，或是接受了什么培训来跟上行业趋势？在质量控制上，他们有什么方法？他们加入了哪些志愿或专业组织？

一旦你有了强大的知识库和对于对手的深入了解，你就只需要关注自己，做好自己的事业。找到你的强项。你在哪些方面做得比你的对手好至少90%？你的独特卖点是什么？独特卖点就是你拥有的对你的消费者和同事具有价值、能够形成竞争优势、其他人或公司不具备的一种特性或技能。

一旦确定了你的强项，目光就要向外看。你怎样在市场上定位你自己或者你的产品或服务，让你的强项成为资本？你会采用哪种销售或营销策略？根据竞争性定价原则，你会给你的产品或服务怎样定价？

在研究竞争的过程中，时刻遵循范围最大化原则。举例来说，如果你自己做生意，你面临的竞争对手有可能不是单独的个人或公司，而有可能是另一个行业。比如，提供户外度假的企业是邮轮行业的直接竞争对手。两个行业都在竞争旅游产业这一块。

本章的目标并不是设计具体的销售和营销计划，这在随后会深入探讨。本章的目标是确保你对竞争的重要性有足够的认识，有计划、有步骤地去研究竞争，并且很好地实施计划、付诸行动。重点明确会大大增加你实现职业和行业目标的机会。

应用练习

1.你的竞争对手中，谁最成功？

2.为什么你的客户或潜在客户要去买竞争对手的商品或服务？他们这么做能得到哪些益处？

3.作为一个独立的人，你的强项是什么？

4.你的产品或服务的优势是什么？

5.什么是你的独特卖点？也就是什么能够让你的客户获益并且其他个人或公司却没有的？

6.让客户买你的而不是你对手的产品，你得让他们相信什么？

7.学习了这章，你会立即采取什么行动？

“伟大的思想需要起落架，也需要双翼。”

——查尔斯·道格拉斯·杰克逊

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.cn>)

文档名称：《涡轮教练：教练式领导力手册（博恩·崔西职业巅峰系列)》（美）博恩·崔西 著

请登录 <https://shgis.cn/post/455.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

