

影响世界的一百个管理定律

第一章：管人用人育人留人之道

企业的竞争，归根结底是人才的竞争。人才是企业的生命所在，如何管好人才、用好人才、培养和留住人才，则成为企业在激烈的竞争中成长发展的关键。

1. 奥格尔维定律：善用比我们自己更优秀的人。定律表述：每个人都雇用比我们自己更强的人，我们就能成为巨人公司，如果你所用的人都比你差，那么他们就只能做出比你更差的事情。

2. 光环效应：全面正确地认识人才

3. 不值得定律：让员工选择自己喜欢做的工作。定律大意：人们认为不值得做的事情，就不值得做好。

4. 蘑菇管理定律：尊重人才的成长规律。“蘑菇管理”指的是组织或个人对待新进者的一种管理心态。因为初学者常常被置于阴暗的角落，不受重视的部门，只是做一些打杂跑腿的工作，有时还会被浇上一头大粪，受到无端的批评、指责、代人受过，组织或个人任其自生自灭，初学者得不到必要的指导和提携，这种情况与蘑菇的生长情景极为相似。

5. 贝尔效应：为有才干的下属创造脱颖而出的机会。贝尔效应是指想着成功，成功的景象就会在内心形成。有了成功的信心，成功就有了一半把握。

6. 酒与污水定律：及时清除烂苹果。意思是一匙酒倒进一桶污水，得到的是一桶污水；把一匙污水倒进一桶酒里，得到的还是一桶污水。

7. 首因效应：避免凭印象用人

8. 格雷欣法则：避免一般人才驱逐优秀人才。例如：伪劣、山寨产品击垮正品。

9. 雷尼尔效应：以亲和的文化氛围吸引和留住人才

10. 适才适所法则：将恰当的人放在最恰当的位置上

11. 特雷默定律：企业里没有无用的人才

12. 乔布斯法则：网罗一流人才

13. 大荣法则：企业生存的最大课题就是培养人才

14. 海潮效应：以待遇吸引人，以事业激励人

第二章：以人为本的人性化管理

古语云：得人心者得天下！在企业管理中多点人情味，有助于赢得员工对企业的认同感和忠诚度。只有真正俘获了员工心灵的企业，才能在竞争中无往而不胜。

15. 南风法则：真诚温暖员工。“南风”法则，源于法国作家拉封丹写过的一则寓言：北风和南风比威力，看谁能把行人身上的大衣脱掉。北风首先来一个冷风凛冽寒冷刺骨，结果行人把大衣裹得紧紧的。南风则徐徐吹动，顿时风和日丽，行人因为觉得春意上身，始而解开纽扣，继而脱掉大衣，南风获得了胜利。它告诉我们：温暖胜于严寒。运用到管理实践中，南风法则要求管理者要尊重和关心下属，时刻以下属为本，多点“人情味”，多注意解决下属日常生活中的实际困难，使下属真正感受到管理者给予的温暖。这样，下属出于感激就会更加努力积极地为企业工作，维护企业利益。

16. 同仁法则：把员工当合伙人

17. 互惠关系定律：爱你的员工，他会百倍地爱你的企业

18. 蓝斯登定律：给员工快乐的工作环境。有很多公司管理者，比较喜欢在管理岗位上板起面孔，做出一副父亲的模样。他们大概觉得这样才能赢得下属的尊重，树立起自己的权威，从而方便管理。这是走入了管理的误区。现代人的平等意识普遍增强了，板起面孔不能真正成为权威！放下你的尊长意识，去做你下级的朋友吧，你会有更多的快乐，也将使工作更具效率、更富创意，你的事业终将辉煌！

19. 柔性管理法则：“以人中心”的人性化管理

20. 坎特法则：管理从尊重开始

21. 波特定律：不要总盯着下属的错误。当遭受许多批评时，下级往往只记住开头的一些，其余就不听了，因为他们忙于思索论据来反驳开头的批评。

22. 刺猬法则：与员工保持“适度距离”。指的是教育者与受教育者日常相处只有保持适当的距离，才能取得良好的教育效果。此理论在多方面都有所应用。

23. 热炉法则：规章制度面前人人平等。每个企业都有规章制度企业中的任何人触犯规章制度都要受到惩处。“热炉”炉形象地阐述了惩处原则：一、热炉火红，不用手去摸也知道炉子是热的，是会灼伤人的——警告性原则。企业领导要经常对下属进行规章制度教育，以警告。二、每当你碰到热炉，肯定会被火灼伤——一致性原则。说和做是一致的，说到就会做到。也就是说，只要触犯规章制度，就一定会受到惩处。三、当你碰到热炉时，立即就被灼伤——即时性原则。惩处必须在错误行为发生后立即进行，决不能拖泥带水，决不能有时间差，以更达到及时改正错误行为的目的。四、不管是谁碰到热炉，都会被灼伤——公平性原则。不论是企业领导还是下属，只要触犯企业的规章制度，都要受到惩处。在企业规

章制度面前人人平等。

24. 金鱼缸效应：增加管理的透明度

第三章：灵活有效的激励手段

有效的激励会点燃员工的激情，促使他们的工作动机更加强烈，让他们产生超越自我和他人的欲望，并将潜在的巨大的内驱力释放出来，为企业的远景目标奉献自己的热情。

25. 鲶鱼效应：激活员工队伍

26. 马蝇效应：激起员工的竞争意识

27. 罗森塔尔效应：满怀期望的激励

28. 彼得原理：晋升是最糟糕的激励措施

29. “保龄球”效应：赞赏与批评的差异

30. 末位淘汰法则：通过竞争淘汰来发挥人的极限能力

31. 默菲定律：从错误中汲取经验教训

32. “垃圾桶”理论：有效解决员工办事拖沓作风

33. 比马龙效应：如何在“加压”中实现激励

34. 横山法则：激励员工自发地工作

35. 肥皂水的效应：将批评夹在赞美中

36. 威尔逊法则：身教重于言教

37. 麦克莱兰定律：让员工有参加决策的权力

38. 蓝柏格定理：为员工制造必要的危机感

39. 赫勒法则：有效监督，调动员工的积极性

40. 激励倍增法则：利用赞美激励员工

41. 倒金字塔管理法则：赋予员工权利

42. 古狄逊定理：不做一个被累坏的主管

第四章：沟通是管理的浓缩

松下幸之助有句名言：“企业管理过去是沟通，现在是沟通，未来还是沟通。”管理者的真正工作就是沟通。不管到了什么时候，企业管理都离不开沟通。

43. 霍桑效应：让员工将自己心中的不满发泄出来

44. 杰亨利法则：运用坦率真诚的沟通方式

45. 沟通的位差效应：平等交流是企业有效沟通的保证

46. 威尔德定理：有效的沟通始于倾听

47. 踢猫效应：不对下属发泄自己的不满

48. 雷鲍夫法则：认识自己和尊重他人

49. 特里法则：坦率地承认自己的错误

第五章：崇尚团队合作精神

比尔·盖茨说：“团队合作是企业成功的保证，不重视团队合作的企业是无法取得成功的。”建设一支有凝聚力的团队，已是现代企业生存发展的一个基本条件。

50. 华盛顿合作定律：团队合作不是人力的简单相加

51. 木桶定律：注重团队中的薄弱环节

52. 苛希纳定律：确定最佳管理人数

53. 凝聚效应：凝聚力越大，企业越有活力

54. 懒蚂蚁效应：懒于杂物，才能勤于动脑

55. 蚁群效应：减掉工作流程中的多余

56. 飞轮效应：成功离不开坚持不懈的努力

57. 米格-25效应：整体能力大于个体能力之和

第六章：决策是管理的核心

管理学家西蒙指出：“管理就是决策。”决策是企业管理的核心，它关系到企业的兴衰荣辱、生死存亡。可以说，领导者科学理性的决策等于成功了一半。

58. 儒佛尔定律：有效预测是英明决策的前提

59. 吉德林法则：认识到问题就等于解决了一半

60. 手表定律：别让员工无所适从

61. 皮尔斯定律：完善培养接班人制度

62. 羊群效应：提升自己的判断力，不盲目跟风

63. 自来水哲学：大批量才能生产出廉价产品

64. 松下水坝经营法则：储存资金，以应付不时之需

65. 巴菲特定律：到竞争对手少的地方去投资

66. 吉格勒定理：设定高目标等于达到了目标的一部分

67. 卡贝定律：放弃有时比争取更有意义

68. 布利丹效应：成功始于果敢的决策

69. 普希尔定律：再好的决策也经不起拖延

70. 沃尔森法则：把信息和情报放在第一位

71. 哈默定律：天下没有坏买卖

72. 隧道视野效应：不能缺乏远见和洞察力

73. 青蛙法则：时刻保持危机意识

74. 坠机理论：依赖“英雄”不如依赖机制

75. 奥卡姆剃刀定律：不要把事情人为地复杂化

76. 帕金森定律：从自己身上找问题

第七章：创新是企业的生命

创新是企业发展动力的内核，是市场竞争的必然结果。企业只有创新才可以打破常规，突破传统；只有不断创新，才能在激烈的竞争中永远立于不败之地。

77. 达维多定律：不断创造新产品，同时淘汰老产品

78. 路径依赖：跳出思维定势

79. 跳蚤效应：管理者不要自我设限

80. 比伦定律：失败也是一种机会

第八章：竞争决胜的智慧与策略

21 世纪是一个充满竞争的时代，企业生存的最大武器就是竞争。在这场较量中，对竞争方法、竞争策略以及竞争手段的管理，将成为企业决定胜败的关键因素。

81. 犬獒效应：让企业在竞争中生存

82. 零和游戏原理：在竞争与合作中达到双赢

83. 快鱼法则：速度决定竞争成败

84. 马太效应：只有第一，没有第二

85. 生态位法则：寻求差异竞争，实现错位经营

86. 猴子一大象法则：以小胜大，以弱胜强

第九章：成也细节，败也细节

细节的不等式意味着 1% 的错误导致 100% 的失败。许多企业的失败，往往是由于细节上没有尽力造成的。把任何细节做到位，企业就不会存在问题。

87. 破窗效应：及时矫正和补救正在发生的问题

88. 多米诺效应：一荣难俱荣，一损易俱损

89. 蝴蝶效应：1% 的错误导致 100% 的失败

90. 海恩法则：任何不安全事故都是可以预防的

91. 王永庆法则：节省一元钱等于净赚一元钱

第十章：打好营销这张牌

没有成功的营销，就没有成功的企业。市场营销活动是企业利润实现的最终手段，在市场同质化极强的产品竞争中，营销的成败往往决定了整个企业经营的成败。

92. 凡勃伦效应：商品价格定得越高越能畅销

93. “100-1=0” 定律：让每一个顾客都满意

94. 鱼缸理论：发现客户最本质的需求

95. 长鞭效应：加强供应链管理

96. 弗里施法则：没有员工的满意，就没有顾客的满意

97. 250 定律：不怠慢任何一个顾客

98. 布里特定理：充分运用广告的促销作用

99. 尼伦伯格法则：成功的谈判，双方都是胜利者

100. 韦特莱法则：从别人不愿做的事做起