

《设计人脉》

图书基本信息

书名：《设计人脉》

13位ISBN编号：9787505727694

10位ISBN编号：7505727699

出版时间：2010-8

出版社：中国友谊

作者：许垠娥

页数：179

译者：千太阳

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《设计人脉》

前言

当今社会，人脉已经成为使自身走向成功的一种重要的社会手段。当自身陷入困境的时候，或是迫切需要别人帮助的时候，人脉都将成为你突破难关的核心“支援部队”。所以，如果某人有一个非常好的人脉，那么他就能更加轻松、有效地安排自身的社会生活。近年来，“cyber-人脉”（数码人脉）逐渐进入到了人们的生活当中。通过网络上的虚拟社区来维持人脉并发展扩大人脉的人，与日俱增。在那里，除了形式上的不同之外，“人与人的关系”这一要素并没有发生改变。

《设计人脉》

内容概要

《设计人脉》内容简介：最有用的人脉新概念——搭桥人。用自我品牌化与搭桥人来完成你的人脉地图！从现在开始，我们要做的不是管理人脉，而是“设计人脉”！

作者简介

许垠娥

韩国成均馆大学工商管理博士，延世大学舆论公关学院文学硕士。

2007年任韩国第一届航天员审查委员(负责考核备选航天员的大众亲和力，以及应对突发事件的能力)，并且负责培训备选航天员们的礼仪、谈吐、形象。

现任

(株)YERAGO首席执行官 / YERAGO形象战略研究所所长，MBC礼仪学院院长。

著有：

《礼仪就是竞争力》《活用12名成功CEO的早餐时间来管理人脉》《9个美好，才能成功》《经营服务》《手疾眼快的职场礼仪》等书。

《设计人脉》

书籍目录

序言 与“搭桥人”一同扩张人脉关系网

第一章 Think New——为了新的人脉，转变你的认知 成为人们负担的人脉“管理”：换作是你，你想被他人所管理吗？正确认识人脉 不要再为了人脉而建立人脉 不要制造人脉，而要设计人脉 人脉新模式 数码人脉的优点与缺点

第二章 Self Branding——你是谁？仅用一行文字，你就能把自己描述清楚吗？你有必要拥有属于自己的“Something Special”！品牌的力量 创建你的品牌 CEO们的自我品牌化 CEO们共有的品牌战略 自我品牌化的基石

第三章 Bridge People——可以帮助你的全新的人际关系网 你的老熟人正在苦恼：“是否该把你介绍给他人” 搭桥人，他们是谁？为什么是搭桥人？如何把搭桥人邀请到你的人际关系网当中？设计人脉的“D&J”7种法则

第四章 Style Refresh——能够改变你的沟通的Manner&Sense 不要说出让对方产生“自卑感”的话 过度的谦虚就是傲慢 对话也需要有“韵律” “接话”是对话的润滑油 形式上的问候与关心，看起来很没有诚意 大声赞扬对方，也要大声向对方道歉 拒绝与请求要具体和确实 反对的时候要注意你的措辞 不要因为对方的年龄小而放弃使用敬语 尽量避免使用专业术语或外来语 对话是一种运用到整个身体的沟通方式 与说话相比，更重要的是“聆听” 坦诚拥有强大的力量 避免讲枯燥的话题 要肯定对方

章节摘录

第一章 ThinkNew——为了新的人脉，转变你的认知正确认识人脉说到“人脉”一词，多数人的意识中都会呈现出它的两面性。一方面，人们认为人脉就是“派别”或“门路”，也就是对人脉持着否定、消极的态度。另一方面，人们则又觉得，在自身走向成功时，人脉是一个不可或缺的重要因素。某人才招聘公司曾在1000名职场人士中做过一项调查，其结果显示，有50%的参与者在提及人脉时，联想到了它的消极形象。但是，96%的参与者又回答道：“要想在职场生活中获得成功，人脉是必不可少的。”也就是说，在参与调查的人当中，一半人对于“人脉”持有双重态度。虽然头脑里对人脉抱以消极的态度，但是在现实生活中，又认为人脉是必需的。他们的这种想法，不禁更能使我们联想到人脉黑暗的一面。不过幸好，越是年轻的人，对人脉就有着越积极的认识。由于二十多岁的年轻人还未能处于社会的中心位置，所以，他们能够更加深刻地感受到人脉的必要性。但是，即使不考虑这一点，我们也不能否定，人脉在人们心目中的形象正逐渐好转。一度，“人脉”被人们称为NQ(NetworkQuotient，共存商)。NQ指的是“处理与身边人之间的关系的一种能力或者是指数”。NQ越高，表明那个人与他人的沟通协调能力就越强，他也就更加接近于成功了。但是，NQ的意思与“帮派”、“派别”相比，更加接近于“一起更好地生活”。某机构对432名大学生进了一项调查，关于“在通往成功的道路上，最重要的东西是什么？”的问题中，42%的学生选择了NQ；而有关人脉重要性的问题上，96%的同学都认为人脉很重要或比较重要。

《设计人脉》

编辑推荐

《设计人脉》编辑推荐：骑在虎背上，你就能像老虎一样快速地移动。你认为：电话本里的名单就是你的人脉？吃过两次饭的人在你需要帮助时一定会伸出援手？NO!NO!看看这本韩国顶级畅销书吧！对于大学生，读懂《设计人脉》会少走五年弯路！对于职场白领，啃过《设计人脉》会少奋斗十年！

精彩短评

- 1、烂，不要看了
- 2、内容没有自己想象的好，还行吧
- 3、凑单产品你最牛，可惜与我无缘
- 4、非常感谢，产品非常好，物流也很好
- 5、不是第一次读韩国作者的书了。但先暂且以偏概全地得出个结论吧——快速消费品，适合乘车、等人等时间快速翻阅。因为书籍缺乏深度。上一本看得好像叫《笑着读完心理学》，看的电子版的。是用漫画的形式，结合生活中的一些常见现象，介绍了些实用的心理学知识。还算有趣。这一本呢，感觉一般。本来就不厚的一本书里(179页)，实质性的内容少的可怜。作者在序言部分，大批市面上同类书籍中对“人脉”一词的错误解读和对其“建立人脉”方法的不切实际。我本来以为作者会有什么新颖或高明的见解，于是抱着客观的态度，一直读到最后一页，但还是未能挖掘出作者的高明之处。全书算新颖的概念我觉得叫“Self-Branding”。就是主动地根据自己的性格、爱好、特长以及自己所期望的目标来设计自己的个人形象，并通过自己的言谈举止将自己的设计好的自我形象传播出去。另外，作者又将我们平时说的牵线搭桥的人，包装为“Bride People”。最后，提出了7种所谓的设计人脉的“D & J”法则。大致的意思就是说不能抱着功利的心态去建立人脉。要只是给予，不求回报。最终，回报会不请自来的。你能相信吗？本来应该作为本书最总要的部分出现的具体的设计人脉的方法部分，作者只用了20页的笔墨。每个所谓的“D & J”法则基本就是一页纸！结论，适合第一次接触人脉概念的人看看。
- 6、就这样也畅销书？！
- 7、人脉是一种感情链接，但同时也是一个商业社会的竞争力。作者很棒，将设计人脉过程中牵涉理性和感情的画面，很微妙地描绘出来。从认识自己出发，到发现自己的价值，然后创造价值，一旦被需要，人脉就会开始形成。其中2个理论很值得讲：1 self branding 2 七个D&J法则
- 8、自我启发
- 9、卢图借 <http://book.douban.com/review/5725386/>
- 10、第一章：洗脑。告诉你所认知的人脉都是错的。第二章：灌输。用作者的理论告诉你什么才是真正的人脉。第三章：使坏。告诉你如何搭建及管理人脉的常用方法。第四章：注意事项。

1、不是第一次读韩国作者的书了。但先暂且以偏概全地得出个结论吧——快速消费品，适合乘车、等人等时间快速翻阅。因为书籍缺乏深度。上一本看得好像叫《笑着读完心理学》，看的电子版的。是用漫画的形式，结合生活中的一些常见现象，介绍了些实用的心理学知识。还算有趣。这一本呢，感觉一般。本来就不厚的一本书里(179页)，实质性的内容少的可怜。作者在序言部分，大批市面上同类书籍中对“人脉”一词的错误解读和对其“建立人脉”方法的不切实际。我本来以为作者会有什么新颖或高明的见解，于是抱着客观的态度，一直坚持读到最后一页，但还是未能挖掘出作者的过人之处。全书算新颖的概念我觉得叫“Self-Branding”。就是主动地根据自己的性格、爱好、特长以及自己所期望的目标来设计自己的个人形象，并通过自己的言谈举止将自己的设计好的自我形象传播出去。另外，作者又将我们平时说的牵线搭桥的人，包装为“Bride People”。最后，提出了7种所谓的设计人脉的“D&J”法则。大致的意思就是说不能抱着功利的心态去建立人脉。要只是给予，不求回报。最终，回报会不请自来的。你相信吗？本来应该作为本书最重要的部分出现的具体设计人脉的方法部分，作者只用了20页的笔墨。每个所谓的“D&J”法则基本就是一页纸！结论，适合第一次接触人脉概念的人看看。

2、看过这本书，从一个非中国籍的作者语中更加确定自己的想法和思路是对的，所以务必会让自己坚持的走下去~加油~~~看过这本书，从一个非中国籍的作者语中更加确定自己的想法和思路是对的，所以务必会让自己坚持的走下去~加油~~~看过这本书，从一个非中国籍的作者语中更加确定自己的想法和思路是对的，所以务必会让自己坚持的走下去~加油~~~

3、作者认为“设计人脉”不等同于“制造人脉”，很多人在建立人脉过程中往往忽略了对方的感受。收获是“搭桥人”跟“核心人脉”，我们想让对方成为我们的人脉，先要问问自己能为对方做什么？130103晚1306

4、在很多“成功励志”书籍中，其实都提到了人际关系的重要性，以及迎合他人的技巧，比如记住名字啊，准时啊，赞美啊，衣着之类。这本书的结构是其最大的亮点。有理论，有实例，有新概念，还有具体的建议（备忘），十分易读。能够纠正陈旧观念的书，都应该归类为值得阅读的书，不是吗？该书之所以命名为“设计人脉”是由于其引进了个人品牌的理论，这当然不算很原创的阐述，但它毕竟很接近人脉管理的真相。没有实力，图有技巧是很容易被识破的.....将实力抽象出来进行强化设计，就能发挥品牌推广的优势了。个人品牌，搭桥人，交往礼仪是本书的三大关键章节，个人建议：个人品牌和搭桥人的前半部分是本书的精华，最值得阅读。

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：www.tushu000.com