

经营关系银行，成为职场脉客

国外有种说法，人脉就好比你的“关系银行”，你往账户里存了多少资源进去，就会获得多少回报。现在，你做好准备成为“脉客”了吗？

■文 | 冷梅 ■图 | 资料



斯坦福研究中心曾经发表一份调查报告，结论指出：一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自人脉。一个人事业的成功，80%归因于与别人相处，20%才是来自于自己的智商。显而易见，一个人的成功，仅仅凭借专业技能而没有良好的群众基础，很难有大的作为，它一定是基于良好的人脉关系基础上的。

什么叫做好人脉？一起开过一次会，收了一大堆名片进来，这些就代表了你的庞大的人脉数据库吗？当然不是。

前程无忧首席人力资源专家冯丽娟认为，良好的人脉关系，一定是你和其他人之间有更进一步沟通和实质性的连接。这个过程不是见面点个头打个招

呼，仅仅相识而已，也不是“有事有人，没事没人”。也就是说，在这个关系银行中，你事先往里面存了多少心血和人脉，接下来才会获得多少资源的回报。

下面，就来看看如何让你迅速通关成为“脉客”吧。冯丽娟指出，人际交往中最为重要的是以诚相待，我们经常会说到人品要好，让大家觉得跟你交往放心，不必担心相互利用算计，这样人脉才可以得以维持。当然，光达到认识的层面还远远不够，实际性的交往才能达到情感的维系，这种关系才会比较“铁”。

再来审视一下你的人脉圈构成。俗话说人以群分，所以通常与你交往甚密的人，类型都和你差不多，当然，生活和工作的范围经常会重叠，没有严格区分，我们的人脉圈也就呈现螺旋重叠走势。

在人际交往中，我们经常会听到八度人脉、六度人脉，所以最需要注意的还是那些我们现有人际圈中的朋友，然后通过他们再不断结交新的朋友。这个过程不靠选择什么样的朋友，而是需要一个人际圈内持续性关系维系，其辐射的路径也会越来越大。

当然，你的人脉圈一定也是有核心的。冯丽娟提倡我们必须进行必要的选择，一定要有核心，但又不可能建立太多核心。遵循的原则是，不论核心的还是非核心的人脉圈，都不能太过看重眼前，而需要持续性经营。

段子

Joke



阿福5000岁

■文 | 麻辣锅 ■图 | 龚凌

一早上班，笑笑自掏腰包买了一份日报，翻到新闻版面A6，手激动地发起抖来。报纸上醒目的位置刊登了近1/4的图片新闻，介绍公司产品的新年包装很受欢迎呢！笑笑心想：这回老板该满意了吧？瞧，图文并茂而且标题就提到品牌，又是英文报纸，总部CEO都能看到。

笑笑乐颠颠地进了公司，径自敲开老板办公室大门，将报纸递过去，满心喜悦地等着老板赞许的目光和表扬。

不料老板“龙颜”大怒，怒斥：怎么这么没概念？难道你没看出这个报道的问题？笑笑：了，只能抬起无助且无奈的双眼等老板进一步示下。老板手指新闻图片说，你看，一个5岁孩童手捧我们产品喝得欢快，这个图片很要命啊！你不知道公司的营销自律要求所有的市场推广内容不能涉及12岁以下的儿童？笑笑解释说：我看到过原图的，孩子他妈在旁边，可能是版面关系，孩子他妈被切掉了。

老板白了笑笑一眼：所以我说什么来着，你的媒体关系不够好啊！图片都被P小了！

笑笑不服气，说：那老板，咱包装上不是也有两个大阿福吗？这两个孩子加起来也不过十岁吧？

老板更加怒不可遏：脑子拎得清吗？大阿福可是自古有之，是传统文化，你可以说它5岁，也可以说它是5000岁！

智库

Q&A

激活“沉睡”名片

冯丽娟 前程无忧首席人力资源专家

Q：“脉客”善于使用、经营人脉，那么，具备什么素质的人能成为脉客？

A：有些人天生情商就高，善于跟人打交道。脉客的必备素质是懂得尊重别人，很会照顾对方的感受；他们往往说话可靠，对人真诚，做事讲话都留有余地，而不是经常去开空头支票；在和别人的交往过程中，比较注重和他人建立好感和经常性的联系，他们热衷于结识新朋友，与他人沟通；他们乐于为别人提供帮助，敢于站出来讲话，很愿意成为意见领袖，你会发现和他们交往，话题通常很容易打开，自然而然关系就很熟络。

Q：在一些社交场合，我们会交换名片，但是经常交换来的名片会安静地躺在名片夹里，变成“沉睡”资源。有什么好的方法解决这个问题？

A：首先，名片的存档归类很重要。另外，当我们拿到对方的名片时，3天里面是关键期，如果放弃了发展进一步关联的头3天，关系将重回原点。

当我们第一天在某些社交场合认识了新的“潜在”伙伴，第二天不妨通过邮件形式和对方打个招呼，做进一步的介绍和沟通，方便让对方留下更多的印象。当然，我们还需要一种手段与他人继续保持联系，可以设置一个List，当有些信息或重要资讯需要与他人分享时，就可以与他人通过这个手段进一步联系，这些信息可以是日常公司里的最新资讯和动向，内部的促销活动、会务总结、讲座联谊活动的信息等；仍可以通过定期邮件的形式发送，也许你发过去的信息对方未必马上能用，但是如果他需要时就会想到你，并和你取得联系。

联络的媒介也是有选择的。特别不熟的关系，邮件往往是最安全的，不太会让对方感觉被打扰。如果发布的是一些诸如体验活动、免费培训课等好消息，分享的范围不妨扩大一点。当你们的关系更进一步时，手机短信或者直接打电话才比较合适，同时兼顾到对方的环境和舒适度很重要，它也决定了联络方式的安全度。

名人做公益多是非 关爱之路将何去何从

名人热心公益这个话题由来已久，做公益创办各种爱心基金也早不是什么新鲜消息，国内外像李连杰、姚明、王菲、李亚鹏、贝克汉姆、科比等名人先后成立各种基金会。但现实中，名人做公益却比普通人的更加艰难，人们往往喜欢把名人为公益所做的事扣上作秀的帽子。

其实很多名人做公益是真真切切不为名利的，就像已有3子1女的贝克汉姆，他对子女

的爱必然是深入骨髓的，也正是这份爱催生出他对孩子们的关注。

近年来，贝克汉姆夫妇已经向儿童捐赠超过100万英镑，其支持的公益项目包括：联合国儿童基金会等。今年，小贝还把对孩子们关注投向中国，在2012年首次参与中国公益类活动，联合口腔护理品牌舒客一起改善中国儿童口腔健康。

招行携手壹基金推出“小积分，微慈善”

4月2日“世界自闭症日”，招商银行联合壹基金发起的“点亮蓝灯”活动在深圳招商银行大厦隆重举行。当天，招商银行总部大厦与美国帝国大厦等国际1400多座国际地标性建筑一起“点亮蓝灯”，守望关注自闭症儿

童，北京、上海、广州等城市的地标性建筑也一同遥相呼应。招商银行张光华副行长、壹基金发起人李连杰、“海洋天堂”形象大使著名演员文章等出席了活动，现场呼吁全社会共同关注自闭症儿童。

贝克汉姆将来华做慈善 牵手舒客牙膏表心“益”

4月10日，“舒客儿童口腔健康专项基金签约暨关爱小乳牙工程启动”仪式在北京大兴区礼贤镇第二中心小学举行，舒客官方品牌代言人通过VCR向中国“贝迷”宣告自己即将来华和舒客一起做慈善，帮助山区的孩子的消息。“舒客口腔护理品牌针对儿童群体建立了一个专项慈善基金，这点让我觉得非常棒，我也会来中国参与这个活动的。”小贝在视频中说到。仪式上，舒客还向礼贤二小的学生捐赠了第一批舒客儿童口腔护理产品。

据悉，在“舒客儿童口腔健康专项基金签约暨关爱小乳牙工程启动”仪式后，舒客还会与代言人贝克汉姆一起推出一系列的公益计划，将给更多的偏远山区孩子带去舒客正确全面系统的口腔护

理知识，让他们能够得到舒客专业化的口腔治疗。

在欧美一些西方国家，牙齿“早晚分护”早已经被广泛接受并采用，成为他们的口腔消费及护理习惯。舒客向国内消费者引进这一先进理念，并针对此推出了全套“益早益晚”系列产品。仪式当天舒客向儿基会捐赠的舒客益早益晚儿童护养系列牙膏和儿童保健牙刷，便是基于“早晚分护”理念和儿童特殊口腔环境研制而成的产品。

“用专业的态度打造公益的事业”是舒客一直努力的方向。舒客在中国城市推广国际化护齿理念的同时，也努力把各种最前沿的口腔护理技术带到各个偏远的山区，希望让中国的都儿童都远离口腔问题。