

## 从“为什么”开始



从“为什么”开始\_下载链接1\_

著者:[美] 西蒙·斯涅克

出版者:海天出版社

出版时间:2011-7

装帧:平装

isbn:9787550701366

影响人类的行为:要么靠操纵,要么靠感召。

操纵带来的是交易，是短期效益；

感召带来的是信任，是永续经营！

盖茨走后，微软面临怎样的挑战？后盖茨时代，微软为何从一个希望改变世界的公司沦落为一个做软件的公司？

沃尔玛的灵魂人物过世后，一度被人们热爱的公司，遭到的竟然多是顾客、员工的反感？沃尔玛要怎样做才能重放昔日光彩？

星巴克吸引人们购买的不是咖啡，而是理念？为什么说霍华德·舒尔茨的便笺纸挽救了一度陷入危机的星巴克？

有的人、有的企业，更有创新精神，更具影响力，更有盈利能力。拥有更高的客户忠诚度和员工凝聚力。通过研究对世界产生最重大影响的各领域领军人物，西蒙·斯涅克发现，他们的思想、行为和沟通方式都异常一致——而且这种方式是与其他人截然相反的。斯涅克称这一具有影响力的观点为“黄金圈”，它提供了一个框架，可以据此建立企业、领导活动、激励他人。而这一切都起源于“为什么”。

从“为什么”开始的思维，适用于小公司、大企业，非营利组织以及政界。以“为什么”作为出发点的领袖们，从不操控谁，而是激励身边的人们。而他们手下的人也并不是心不甘情不愿地被迫做些什么，而是因为愿意而追随。

斯涅克参考了众多现实生活中的案例，将如何领导和激励他人的一系列观点清晰明确的呈现了出来。这本书适合任何一个想要激励他人或者想要获得激励的读者。

黄金圈法则掀起的领导力飓风已经席卷全球，

渗透世界的各个角落，现在正式登陆中国！

作者介绍:

西蒙·斯涅克（Simon Sinek）

领导力哲学第一人

◆国际知名广告专业人士

◆Sinek Partners营销顾问公司创办人

西蒙·斯涅克发现了这个非常简单、却非常有威力的黄金圈法则。这个法则揭示出，为什么有些企业和个人那么成功，那么富有感召力。

从五角大楼到联合国，再到好莱坞，斯涅克受邀为全美国乃至全世界的人们做演讲，阐释黄金圈的威力。

他为许许多多领导者和组织担任顾问，其中有小企业和创业者，也有像微软这样的大公司，有非营利组织，也有政府和政治家；他的观点也频繁受到各大报章杂志援引。

同时，斯涅克也在哥伦比亚大学的战略沟通项目中执教。不居住在酒店的时候，他住在纽约。

如何寻找你的“为什么”，如何把你的理念付诸实践，欲知更多细节，请访问startwith

您还可以在simonsinek.com上读到西蒙的博客文章。

目录: 致中国读者的信	3
权威推荐	5
亚马逊五星级读者评论	7
前言为何要“先问为什么”?	17
第一个故事: 精英与草根的较量	18
第二个故事: 苹果改变生活	19
第三个故事: 马丁·路德·金唤起变革	20
第一章 一个不会先问“为什么”的世界	25
第1节 致命的假设	26
第2节 胡萝卜加大棒	30
操纵真的管用	30
操纵的高昂代价	40
操纵带来的是交易, 不是忠诚	42
别形成操纵依赖症	45
第二章 发挥黄金圈的感召力	47
第3节 黄金圈法则	48
由内而外还是由外而内	49
我们为什么要这样做?	53
第4节 人们天生渴望归属感	61
伟大的领导者是那些相信直觉的人	64
做决策时, 直觉有时比理性更准	68
第5节 让世界为之疯狂的黄金圈	72
“为什么”应当清晰明确	72
“怎么做”要有行事准则	73
“做什么”要有一致性	74
思考的正确顺序	76
操纵和感召的本质差别	79
做生意就像谈恋爱	81
凭什么说“我觉得这个决定是对的”	83
第三章 如何赢得众人追随	87
第6节 均衡的黄金圈能够培育信任	88
文化是信任的土壤	92
寻找认同你的理念的人	94
“为什么”是成功的发动机	99
“为什么”带来创新革命	102
信任, 发展的基石	104
信任对决策的决定性影响	113
第7节 引爆点是如何引爆的	116
人们购买的是“为什么”	122
扩散定律与社会变革	126
第四章 如何唤起认同者的激情	129
第8节 先问“为什么”之后, 明确“怎么做”	130
旺盛的精力能鼓舞人, 但领袖魅力能感召人	130
黄金圈与人生道路	132
黄金圈与组织架构	133
我有个梦想, 而他有个计划	135
梦想家+ 实干派= 伟大的组织	136
制造一个响亮的大喇叭: 把你的坚定信念说出来	140
可以重复实现的伟大	143

第9节 第三步，做什么？ 148

清晰传达你的理念149

努力表达差异化价值151

第10节 清晰理念的力量153

通过理念，唤起共鸣156

芹菜测试158

通过芹菜测试，你会赢得信任160

越过芹菜测试会怎样？ 162

第五章 最大的挑战就是成功165

第11节 理念模糊之后 166

巨人的倒下166

金钱买不来成功感169

成就VS 成功171

第12节 如何平稳度过企业断层期175

企业文化：传承“为什么”的最佳介质175

给“为什么”找到衡量的方法178

优秀的继任者：让“为什么”保持鲜活182

失去“为什么”，还能做什么？ 190

第六章 探寻“为什么” 195

第13节 个人理想：企业理念的发端196

寻找“为什么”是个发现的过程199

忘记了“为什么”的日子201

唤起人们的热忱204

第14节 用全新的眼光看待竞争207

如果你追随自己的理念，别人就会追随你207

伟大的组织是那些理念一贯清晰的组织208

致谢 211

精彩内容节选

• • • • • ([收起](#))

[从“为什么”开始\\_下载链接1](#)

## 标签

管理

营销

思维

领导力

市场营销

激励

理念

商业

## 评论

垃圾书的标志性特征：车轱辘话来回说

---

终于找到这本书了!2012/12/26-12/30阅读，一本非常棒的书，不仅适用于企业、组织、家庭，也适用于个人。主要是黄金圈法则，Why/How/Who。

---

一天读完，同名ted看过多遍，更好。

---

虽然必须承认的是终于又见识到外国人在写书方面是多么的啰嗦以及凡论点必举N个事例说明，但是起码这本书中有超过10句的干货，这10句也足够让人醍醐灌顶，所以还算是短期内读到的最有质量的书。当然读书的时候还装bility的翻墙看了TED的演讲，瞬间整个人又好很多，哪怕就当灌灌耳音呢。

---

整本书都在说的就是一个意思，强调"why"的重要性，也就是所谓黄金圈法则，由内到外的思考和表述。这个概念还是不错的，但是里面的例子真是不敢恭维“因为苹果的理念，所以即使涨价消费者也会购买”，哈哈，作者你要不和厨子聊聊iphone XR？还有一个航空公司的老板和员工一起干活的，像不像国内刘强东送快递？都是资本家的套路“我们都是一家人，大家一起努力，这样我就能多买一辆玛莎拉蒂了”。

---

看了10%了，还在举例子，还在说他们成功是因为他们问了Why，这是在尊重读者吗？  
草泥马

-----  
领导新形式 每两个月召开一次图书会 这次是这本。。。

-----  
这也太啰嗦了，真的只想给两星。不过因为这一句加一星：“世上再没有其他事情能比这个带给我更多快乐和幸福了——每天早晨醒来，都清清楚楚地知道自己为什么存在”

-----  
理念先行，先說使命，再談策略

-----  
告诉你人生成功与成就的差别，告诉你去追寻内心深处的答案

-----  
特别逗的把金句都标出来了，有种老师考前画重点的感觉。想速读直接看重点就好了。

-----  
整本书就一个理论，其实还不如TED的视频精简和精彩

-----  
书很不错，翻译很渣。书名起的莫名其妙，如果不是朋友推荐，怎么都不会想读这本书。看完之后还是有很多收获的。但是还是觉得现在看的这版，定位不明，书名莫名其妙。

-----  
简单说这个法则就是从内向外，从Why-How-What，以这样的模型来构建所有问题。

-----  
要传达的思想很不错，但举了太多煽情却缺乏说服力的例子。

-----

浅读mark start with why: how great leaders inspire everyone take actions (purpose comes first)

-----  
黄金圈法则：用感召的方式吸引和自己有相同内在动机的人，带来的是信任，是长久的经营 | 影响别人可以利用一系列的操纵手段来实现，可是却无法因此赢得忠诚和信任 | 平庸的公司是给员工分配任务，而有创新有影响力的公司，都是给员工指明方向、承担责任

-----  
FAB法则。。。从内而外，从目标出发，既是领导力也是营销力。2013 【195】

-----  
非常认同

-----  
产品经理式的思考方法，强烈推荐！

-----  
[从“为什么”开始 下载链接1](#)

## 书评

\* 整本书翻来覆去讲的就是要先有why，再有如何做和怎么做。 \*  
Why和how对应的是边缘脑，what对应的是新皮质，即前者控制人感性的部分，后者控制人理性思考的部分。很多时候我们内心已经做出了选择，但因为边缘脑没有语言表达的能力，所以我们无法解释内心的选择，从而也就导...

-----  
今天听完了《start with why》这本书，作者用Apple、the Wright brothers、Martin Luther King等作为例子，来引出他所提出的The Golden Circle 这个概念。  
大部分的普通人、公司，都是由外入内，由最明确的，到最含糊的：What -> How -> Why，而历史上最著名的伟人、公司， ...

-----  
去年无意中看到作者在TED的演讲，忍不住买了一本看。去年读第一遍的时候，虽然只

是快速读了一遍，到真心觉得是那以前我读过最好的书了。前段时间开始读第二遍，读了一半，看不下去了。倒不是否定书中内容，书中的内容无论对于企业营销、产品营销还是个人营销都是有用的。但黄金...

看这本书时，刚好看了《我的名字叫可汗》这部电影，终于明白书中没说的要义，这些东西不是对外求的，而是从内心发现。已经在那里，只是很多人自己并没有看到。正如和别人比谁跑的快。但是忘记了自己为什么要和别人在这个赛道上抛。说说这本书，刚开始觉得很罗嗦，看看TED就行...

小的时候，我们有棱有角，对世界充满好奇心，遇到的每一件事情，都会不断地问为什么？长大以后，我们磕磕碰碰，变得圆滑，很多事都不再感到新鲜，也很少再问为什么。但在这个世界上，还有少数人，他们终其一生，都不会放弃对“为什么”的追寻。他们清楚自己为什么做一些事，...

1. 这是一本关于“影响力”的书，讲解了影响别人的“黄金圈法则”。2. 平时我们组织语言是从“是什么”开始，讲有什么好处等等。黄金圈法则告诉我们，错了。应该从“为什么”开始，我们的信念是什么，请认同我们信念的人加入我们。3. 与其用“术”去操纵别人，不如用“道”去...

久闻“黄金圈”大名，终于见到出处，但书名不是“黄金圈”，而是《超级激励者》，为什么？“为什么”是一种符号，是一种象征，或说一种精神。因为心中有理念的人，他们自带强大磁场，吸引同频率的人到身边，他们就是就是超级激励者。“黄金圈”可应用于各种领域，包括本书侧重...

较为快速的阅读完本书，很赞同作者的观点。之前对此观点有意识但还比较模糊，看完本书，觉得确实对于工作首先要想清楚为什么而做。尽量把这个为什么的理由升华到信念的高度，将之贯彻到工作之中，始终以此作为工作的原因、理由。不偏离、不为利益等其他因素所干扰，坚持这一工...

这本书阐述了一种由“WHY至“WHAT”的思维模式——任何外在的行为模式都是由内在的价值观决定的。人人都知道自己是”做什么“（WHAT）的；



有些人知道自己是“如何做“（HOW）的；  
仅有极少数人明白自己”为什么“（WHY）要这样做。  
而只有从”为什么“（WHY）出发的人，...

-----

-----

-----

这本书的内容就如英文标题start with why。书中通过讲述各种例子来印证这个观点带来的效果。若将例子都去掉，这本书主要内容估计也就几百字。但通过这些例子，可以让人有很多思考。想想当下的自己，在职场的表现。略有启发。做什么怎么做很容易，但能将为什么理清楚是件很难的...

-----

书中出现最多的一句话：  
别人买你，不是因为你「做了什么」，而是因为你「为什么这么做」。  
这本书其实是一个自我发现后对自我认同的世界观和方法论。  
为什么要自我发现与自我认同？用一句俗语「跟随自己内心的声音」。  
如何自我发现与自我认同？完全的接受自己。自我发现与...

-----

书中出现最多的一句话：  
别人买你，不是因为你「做了什么」，而是因为你「为什么这么做」。  
这本书其实是一个自我发现后对自我认同的世界观和方法论。  
为什么要自我发现与自我认同？用一句俗语「跟随自己内心的声音」。  
如何自我发现与自我认同？完全的接受自己。自我发现与...

-----

-----

这本书是讲伟大的领袖如何影响和激励他人，利用里面的法则——黄金圈法则可以推广到个人的生活、工作中。最近一直在利用黄金圈的变形体写文章，这篇文章依然是根据what-why-how的方式。来谈谈什么是真正的黄金圈法则，为什么要用黄金圈来思考问题，最后是怎样用到自己的生活和...

-----

你想让自己的影响力去改变对你很重要的人吗？你想充满信任的维护自己的各种关系吗

？你想让你的追随者长久的钟情于你吗？这些看似深奥难解的课题，总结看来，黄金圈法则都可以攻克。什么是黄金圈法则呢？黄金圈法则就是从“Why”为什么开始的思考模式，然后考虑how，最后才是w...

-----  
[从“为什么”开始\\_下载链接1](#)