

# 《商务高尔夫》

## 书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2008年08月01日

开本：12k

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787506032865

## 编辑推荐

让高尔夫球场成为理想的做生意和享受快乐之地！无论你是技术熟练的高尔夫球手还是新手。《商务高尔夫》极富洞察力的观点、访谈和技巧将会帮助你更好地了解你的打球伙伴，让你更自信地掌握这项商务运动。本书一步一步地教授你如何在享受你所钟爱的运动的同时，通过它培育和发展商务关系。

《商务高尔夫》让你学会在球场上建立商务关系的艺术！

## 内容简介

让高尔夫球场成为理想的做生意和享受快乐之地！无论你是技术熟练的高尔夫球手还是新手。《商务高尔夫》极富洞察力的观点、访谈和技巧将会帮助你更好地了解你的打球伙伴，让你更自信地掌握这项商务运动。本书一步一步地教授你如何在享受你所钟爱的运动的同时，通过它培育和发展商务关系。你将会领悟：如何建立友好关系；什么时候应当、什么时候不应当给你的球场伙伴提建议；高尔夫是如何帮助商务女性的；打好一场商务高尔夫比赛所必需的规则、礼仪、沟通技巧；怎么打好“第十九洞”；还有其他关于商务高尔夫的更多知识。帕特·萨默罗尔和本书的其他作者在商务高尔夫国际公司进行讲座以分享和传授他们的个人经验、知识和信息，教授各个水平的球手更好地利用高尔夫发展商务关系、促进个人发展。他们的讲述中还穿插了从米基·曼特尔到杰拉德·福特等著名高尔夫球手的非常有趣的小故事。

## 作者简介

帕特·萨默罗尔是美国国家橄榄球联盟广播网的明星级播音员。自1968年起，他为哥伦比亚广播公司报道高尔夫球赛事。他曾获美国国家电视艺术研究院颁发的体育终身成就奖。

## 目录

商务高尔夫十诫第一部分 商务高尔夫基础 第一章 商务高尔夫基础  
商务高尔夫可以产生神奇的效果 男性和女性均适合的商务运动项目  
高尔夫增长最快的部分 比赛分数并不重要 第二章 私人球场与公共球场  
私人高尔夫俱乐部 股权和非股权的高尔夫俱乐部 用餐体验  
选择俱乐部时要考虑的几个问题 公共高尔夫球场 度假球场 有关付小费的其他建议  
第三章 沟通与和谐 要建立和谐关系，倾听和提出开放式问题是必要的  
张口闭口都是自己，对不对 不要急于求成第二部分 比赛计划 第四章 离开办公室之前  
用于计划的时间可能超过比赛时间 第五章 和俱乐部教练打球  
俱乐部的职业教练可能是很好的资源 组好四人球队 确认信 第六章 开球时间  
但现在是凌晨5点 我没有比赛可参加，那么我做什么呢 度假俱乐部的情况如何呢 第七章  
课程、设备和着装 高尔夫课程 球具 还好，他们还没有提供球场传真 着装  
儿童也有着装规则 第八章 球童的潜在价值 球童、教练、密友 谁为球童的服务买单  
霍默·海明威采访录 少年高尔夫球课程 第一杆球课程  
我们无法忽略的球童故事第三部分 到达球场 第九章 准备工作  
开球时间不是到达球场的热身、室外练球场和练球区 第十章 两人至五人组  
组织比赛的案例 第十一章 赌博、比赛、舞弊和玩笑 赌博 商务高尔夫讲究互相配合 比赛  
要生意，不要赌博 赌球要适可而止 球场上的舞弊行为 玩笑第四部分 比赛 第十二章  
“现在比赛开始” 优先权和开球焦虑症 1号木杆和加击杆 一个小便宜 规则是什么  
重新认识应得的赏罚 不要做裁判 第十三章 在球道上 先准备好的球员先击球  
谁打球道第一球 球车道，不只是建议 沙坑与障碍 独自一人 其他高尔夫球员  
我们都想知道准确的码距 给队友一些建议 第十四章 果岭上 球痕和球位 推杆礼仪  
做好推球准备 第十五章 学做个球童吧 跟上前一队，但不要抢先或被人抢先  
最后，但远未结束第五部分 球场礼仪 第十六章 如何礼貌地拒绝邀请 谁打邀请电话  
第十七章 好分数 杰茜和马丁 谁和谁应该坐在一个球车里 打球速度的提示  
可以在半场时休息吗 可以边打边抽烟吗 关于常识性错误的趣事 由谁记分  
你如何说你的分数 如何对待说谎的客人 第十八章 球车礼仪和赛场安全  
遵守球车规则，避免尴尬 谁开球车 你开球车 高尔夫的危险 有时候并不是击球者的过错  
自然的力量 扔球杆的人第六部分 第十九洞 第十九章 礼物 第二十章 跟进行动  
已经有进展了，不要放弃 学会跟踪你的商务高尔夫成绩 感谢信 我们应该如此  
派恩赫斯特的活力高尔夫 你的公司有高尔夫球顾问吗 其他发展商务的主意第七部分  
锦标赛 第二十一章 赛场上的故事 帕特论电视高尔夫  
匹兹堡奥克蒙特乡村俱乐部的美国公开赛 新泽西的松树谷 奥古斯塔的美国大师赛  
第二十二章 职业比赛的礼仪 第二十三章 慈善赛 第二十四章 巡回赛职业选手

不用挥杆也能实践商务高尔夫 尊重职业选手的“办公时间”  
智力或体力，观看起来都乐在其中  
打出低分并不意味着你会赢得生意赛后评论关于作者后记  
[显示全部信息](#)

## 前言

我的经验告诉我，高尔夫可以消除人们之间的隔阂，促进人们之间的自由交流，建立起持久的关系。——帕特·萨默罗尔你们赞同帕特的这一观点吗？我相信，我们可以十分肯定地说，大多数人都有通过打高尔夫寻找商业合作机会的经历。本书假定的前提是：不管世界上的商业竞争多么激烈，一场简简单单的高尔夫球，如果规划得当、发挥良好，就可以变成最有价值的商业关系建立工具，供你自由利用。无论你是经验丰富的、优秀的高尔夫球手还是初出茅庐的新手，本书中所论述的观点、访谈和技巧都会帮助你更好地了解你的对手，你将学会如何更加自信地投身到商业博弈中去。我们把一轮商务高尔夫看作是一轮普普通通的高尔夫比赛，只不过多了这样一个明确的目的，即与商业合作者、潜在客户或现有客户建立和谐的关系，并以此提升你的职业水平。为了准确地表达本书的理念，我们作出了商业步骤的三个假设：(1)在开发和维持商业关系时，最重要的是建立关系；(2)要想做到领先一步、马到成功，我们必须采取措施把改善这一关系当作一种经常性的商业活动；(3)我们把打高尔夫当作培养这一关系的重要渠道。广大读者朋友中有多少人听说过或被教导过“在练球场练球是为了提高击球技能，但在比赛时却不要考虑球技的运用”？为什么？因为只有这样我们才能更专注于比赛的策略而非技巧。商务高尔夫也不例外，为了在比赛的间隙里让我们和我们的客户能够很好地放松和沟通，我们提出了高尔夫十诫(而非“十戒”)，这是本书的精髓所在(见“文前”第5页)。我们相信，随着你在高尔夫比赛中对高尔夫十诫的运用和理解，你不仅能够证明不管是在赛场上还是商场上，你原来可以如此有效地进行自我管理，而且更为可能的是从对你有利的立场来看，你的客户会发现你在重要场合下能够如此有效地沟通和处事，因而发现你所具备的良好自我管理能力。我们希望的是，通过这样的交流，你的客户会喜欢上你，更重要的是把你当作继续合作的人选或希望你再次见面，甚至在这次比赛中就会迫不及待地和你探讨潜在的合作机会了。我们相信，读了本书之后，你也会同意我们的见解，你也许会比以前更享受高尔夫并从中受益。如果是这样，那就赶快加入我们的商务高尔夫吧！

[显示全部信息](#)

## 在线试读部分章节

我认为，高尔夫可以使人们彼此间消除戒心，这是他们在商业活动中最难做到的。如果

我们的目光越过办公桌，会看到坐在办公室里最有利位置的人，但在高尔夫球场上，我们的位置是平等的。在高尔夫球场上，我们不是面对面地坐在办公桌的两头，而是和处于同一起点的对手展开竞争。如果别的队员问我们“用什么球杆”或“离果岭的距离有多远”之类的问题时，好像我们都更愿意帮助对方。如果一个队员找不到球，大家都会帮他一起找。整个比赛，我们始终都在不断地结识新的朋友，从对方身上学习社交中的行为规范。如果我们可以在社交中相处，在商业环境之外的环境中了解彼此的兴趣，那么我们在商务交易中将有有一个更好的开端。不管有多少现金交易，只要我们互相信赖、彼此真诚，通过高尔夫就可以产生神奇的效果。高尔夫不同于其他任何运动，比如你总在乒乓球比赛中努力打败对方，你总在商业中努力从对方那里得到什么。而在高尔夫球赛中，你本身就不需要想方设法打败任何人，你要打的是一个物体——高尔夫球、记分卡或者高尔夫球道。你只是在竞争，而且主要是跟自己竞争，你要考虑的是：“在这场跟自己竞争比赛中，我应该怎么做？我怎样才能做得更好？”——帕特·萨默罗尔在这本书中，我们不会追溯高尔夫运动的漫长历史。那些有趣而不寻常的先人们把高尔夫运动带给我们，他们作出了了不起的成就。还有一些人赐给我们娴熟的高尔夫技巧，他们的名字也被载人史册。对高尔夫历史感兴趣的读者会发现，有关高尔夫运动史的资料浩如烟海。但令人遗憾的是，在高尔夫运动中建立商业关系这个内容在这些史书中几乎没有任何记录。我们希望全美3500多万的高尔夫球手明白：如何把高尔夫当成一个商业关系建立工具使用，高尔夫如何演变为如今这个年收入150多亿美元的产业。单单在美国，每年就有大约4.8亿场高尔夫球比赛！我们想告诉高尔夫球手们：无论你是30分以上的高差点球手还是巡回赛球员，都没有关系。如果你知道如何在比赛中有效地进行自我管理，你就能轻松、有效地和各种水平的玩家进行比赛，不管你仅为娱乐还是建立商业关系。近年来，高尔夫变成了一种精英人士的社交运动项目，主要在男人中间流行。多年来，高尔夫一直是那些40岁以上的富人和退休的商业人士的特权。广告和推广宣传总是传播一种观点，把成功人士的形象描述为拥有一部名车并且每星期能抽出几天时间打高尔夫球的人。有些老板养成了每星期中间固定几天打高尔夫的习惯，他们的员工熟悉老板这个习惯，常常会纳闷老板为什么要这么做。事实上，大多数全球500强的CEo们都把高尔夫作为他们的首选运动项目，而且他们鼓励自己的高级员工利用高尔夫拓展商业关系，因此越来越多的人开始喜欢上高尔夫。过去，高尔夫球场一直被当作富人们的运动场。幸运的是，这一观念正在发生着变化。有多少房地产开发商不管项目规模大小，吹嘘说要把建设高尔夫社区当作生活方式的一个必要部分？高尔夫宣传册往往被炫耀成漂亮的年轻夫妇或幸福的退休夫妇沿着“轻松街道”开着高尔夫球车的小册子，吸引着年轻的孩子越来越多地加入高尔夫运动的队伍，迫切地想成为下一个年轻球星。成千上万的女士开始对这种运动产生兴趣，女性高层管理人员也发现她们爱上了高尔夫，她们的加入使高尔夫运动的那些难懂的规则发生了实质性的变化，而这些规则却是很多俱乐部几代人一直坚持的。年轻人喜欢和父母及祖父母一起享受更多的快乐时光，没有什么地方能比在高尔夫俱乐部更能让人学到与人相处之道，就连十几岁的孩子都有高尔夫约会！几年前，美国国内税务署(Internal Revenue Service)的税收规定发生了变化，所以高尔夫俱乐部会费不能再有任何减免。俱乐部老板和董事们愤怒了，对那些经常由公司报销高尔夫费用的会员来说，这一规则的变化确实直接危及他们的腰包。在这一改革之前，商务人士经常在俱乐部消磨时间，到了年底，他们的会费将由其所在公司全部报销，只要消费记录无误，会员在高尔夫俱乐部的消费金额会全部扣除。所以，当美国国内税务署公布禁止扣除高尔夫费用时，很多专业人士认为这将标志着私人俱乐部的消亡，也标

志着我们所熟知的高尔夫时代的终结。错！当然，对高尔夫消费的限制以及对减免会费的禁止的确使高尔夫买单人发生了变化——由过去的政府买单变为现在的私人买单，但至少从我们联系到的俱乐部来看，高尔夫运动仍然发展迅速。如果美国国内税务署专员将高尔夫运动列为国内税务署员工的必备技能，也许他们就不会这么辛苦地在公司审计那么多项支出中偏偏把高尔夫费用错划为非免税支出了。P9-12

[显示全部信息](#)

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)