



特別企劃

我的專案有品牌



線上訂購 | 本期目錄

在變化快速的時代，一家公司可能同時有數十個大小不同的專案在進行。面對資源有限、注意力分散的組織結構，專案領導人該如何使專案獲得相關人員的支持，讓專案順利進展呢？除了傳統的專案管理技能之外，專案領導人還需要學習品牌的策略，讓你的專案引起足夠的共鳴，激發大家採取行動。

兩個專案，兩種結局

為什麼兩個類似的專案，在不同的團隊進行，結果卻大不同？掌握七大催化要素，讓你的專案開花結果，不打折。兩家公司、兩個團隊、兩個專案，一個專案令團隊成員痛苦不堪，另一個專案卻獲得了突破性的成功。其中主要的因素，到底是什麼？

高階主管教練

葛史密斯 (Marshall Goldsmith)

主動伸手，建立夥伴關係

很多合併行動失敗，主要原因不是因為策略上不適配，而是人員和文化上缺乏整合。

專訪

變革管理顧問科圖拉

變革行動需要推銷

許多企業希望啟動一波波的變革行動，然而，該如何贏得全員的支持與投入，卻考驗著領導人的智慧。

博覽區

打擊公司，讓公司更強

走出傳統的電子書

憤怒鳥，快樂贏

當家傳事業一直賠錢

怪咖出頭天

編輯部報告

超越三百

最近，電影哈利波特又成為媒體的焦點。哈利波特總共寫了七集，改編成八部電影，成為史上最賣座的片子。

世界級

哈利波特系列電影製片海曼

製作影史上最賣座的電影

他曾經一手打造八部改編自小說「哈利波特」的系列電影，光是前七部電影的票房，就超過六十三億美元。

美國「樺木盒」網路公司

一個盒子，兩種收入

發送試用品並不是行銷的新把戲，這兩位年輕女孩卻把這個做法結合會員制，變成一個創新事業。

新書新知

不是行銷，是讓人著迷

為什麼有些品牌總能創造大群粉絲，顧客甚至願意免費為它奔走宣傳？讓知名作家與創業家蓋川崎告訴你。

訓練發展

會議頭號殺手！

七年前的一場冗長、沒有生產力的會議，讓管理顧問布雷曼因此立下目標，改變會議進行的方式。

頂尖業務人員的七特質

有些人好像就是天生的業務人員，總是很自然地拿到訂單。他們究竟和一般業務人員有什麼不一樣的地方呢？

顧問區

亞碩國際管理顧問公司總經理李傳政／主答

如何評估新事業不可行

在進入一個新的事業前，我們應該如何思考，又應該先評估哪些面向？

沃頓在線

提供「特別待遇」的藝術

有些公司為了吸引或留住人才，提供員工「特別待遇」，這些特別做法必須聰明運用，才能打中員工的心。

管理集短篇

西南航空長大了

資訊又要快，又要好？

一流實驗室如何管理人才

當公司出現一個熱賣產品

團體面試行得通嗎？

創業者應避免的五個思考陷阱

借鏡日本／湯淺電池公司

新舊產品一起暢銷全球

仰賴鋰電池的電動汽車崛起，傳統鉛電池還有生存空間嗎？湯淺電池的社長依田誠的答案是：「有。」

部落格精選

許瑞格 (Michael Schrage)

Google學到的一門創新課

Google每推出一個新服務，立即引發大家的討論，然而，從Google的失敗經驗裡，讓人學到了什麼？

CEO Talk

力麗、力鵬公司總經理林文仲

以「變」應萬變

當許多企業把工廠移往人工便宜的國家，力麗、力鵬選擇留在台灣，卻仍然能夠創造成長。它背後的策略是什麼？

你知道嗎

模仿有助於談判

高階主管的人際問題

個性有關係

專欄

成為自己的教練

學會和自己對話，並且帶引自己邁向更高更好的目標。這是熱情和動力的來源，也是成功者共同的秘密。

BCG洞見

如何在高流動率市場致勝

當玩具業者的顧客長大後，當戒煙輔助產品商的顧客成功戒煙後，都將使得他們的顧客不再需要公司的產品。

個人管理

困難目標，我來了

你設定了一個目標，後來卻執行失敗，你認為是什麼原因？資源太少？領導智商公司執行長墨菲可不這麼認為。

部落格精選

許瑞格 (Michael Schrage)

Google學到的一門創新課

Google每推出一個新服務，立即引發大家的討論，然而，從Google的失敗經驗裡，讓人學到了什麼？