



特別企劃

《服務創新》從製造心態到設計思考

不論是製造業或服務業，大多數公司在推出新產品，或擬定新流程時，都往往從公司自己的角度出發，聚焦在產品或服務的功能上。真正創新的做法應該從使用者的經驗出發，加入時間的概念，思考關鍵接觸點，打造真正的服務創新。

改變看問題的方式

過去的創新，是用新的方式呈現產品的概念；現在的創新，是抽離公司的角度，看見產業正在發生的改變與趨勢。過去的領導人，在管理企業；而現在的領導人，在管理「改變」，以及管理隨著改變而來的風險。當你明白你的工作在改變，你的公司在改變，你的市場在改變，你就會尋求符合這些改變的發展。

以設計思考贏回顧客

從步伐蹣跚的研發產品，到旗下十億美元品牌數量增加一倍；從成長緩慢、獲利流失，到成為世界前十大最有價值的公司。寶僑如何運用設計思考，成功的轉變成設計型組織？

設計思考四步驟

設計思考是什麼？若你認為它僅適用於美工、產品，或包裝設計，那就錯失它解決商業問題的潛力了。「問題是什麼？」、「若這樣會如何？」、「什麼行得通？」用顧客的角度思考這些問題，做出小規模實驗，並學習修正，設計思考能幫助公司解決成長與創新上的難題。

世界級智慧

你是團隊協作領導人嗎？

告別單打獨鬥的時代，企業必須積極建立團隊協力文化，而在你努力推動之時，是否曾注意自己展現出的行為？

高階主管教練

葛史密斯 (Marshall Goldsmith)

超越別人對你的看法

在你減肥時，就提起你過去失敗的經驗，總拿不堪往事來消遣你的人，會讓你停留在過去，阻礙你改變。

編輯部報告

顧客體驗不能「拼」

成長數字也許可以快速追趕，但是顧客的體驗卻不是「拼」出來的。而最後決定企業成敗的，還是顧客。

世界企業案例

美國「第一」非營利組織

我的偶像是科學家

為了讓年輕人愛上科學，「第一」非營利組織開設各種科學課程，推出機器人競賽，成功地將科學娛樂化。

日本歐力士

歐力士企業的近鄰經營策略

為了對抗低迷的景氣，歐力士從汽車租賃事業，進一

全球看板

網路上的粉紅勢力崛起

好好運用巨量資料

與創新大師對話

主管的十大溝通錯誤

丟掉是垃圾，回收是資源

新書新知

來場成功的領導之旅！

抱持著熱情、有能力建立系統架構、知道何時該採取行動、以謙虛的態度經營人際網絡。你屬於哪一種？

焦點話題

波特的顧問公司為什麼會破產？

過去波特的五力分析，成為企業策略分析架構的準則，現在他的公司宣告破產，又帶給企業什麼樣的思考？

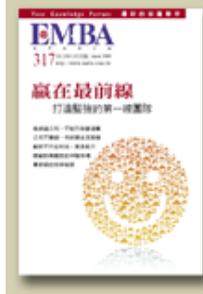
顧問區

前IBM大中華區人力資源總監郭希文

如何化解績效面談的抗拒

與員工進行績效面談時，有幾位員工表現出排斥與不滿的情緒。我該怎麼做，才能有效協助員工改善績效？

你知道嗎



線上訂購 | 本期目錄

步發展汽車共乘，成功在一片慘淡的製造業中閃露光芒。

環旭電子總經理魏鎮炎

將砲口對準危機

對環旭電子來說，每個危機都是轉變的機會。金融海嘯時，儘管營業額腰斬，快速的反應能力讓公司依然獲利。

美國家得寶公司執行長布雷克

「踩剎車」經營學

景氣雖不見回暖，但家得寶營收成長達七百多億美元，其中的一大原因，聽起來有些弔詭：為了成長而踩剎車。

各單位請注意

今年三十歲的新創公司

成長公司一定會遇到的問題

社交媒體行銷七步驟

如何處理想法負面的員工

找出屬於公司的創新方式 ➡

新進員工訓練的五個錯誤 ➡

一開幕就成功

抓住 Y 世代消費者

從這裡出發，看公司財務

景氣不好，照樣成長

吸引你的「非顧客」

專欄

邁向服務新境界

服務已經是企業競爭力不可或缺的 DNA，不管你是在 B 2 B 還是 B 2 C，服務能力會越來越關鍵。

BCG 洞見

舒茲談星巴克的全球策略

為了在全球顧客期待的星巴克體驗，與對在地市場的尊重之間取得平衡，舒茲做出哪些調整，遇上哪些挑戰？

個人管理

經營自己與上司的關係

聰明的部屬會從主管處理訊息、做決策、與他人合作溝通中，觀察主管的工作習慣，調整自己，跟上主管步伐。

個人成長的無價定律 ➡

個人成長不是一個自動會發生的過程，一個人會成長是因為他刻意要成長。