

EMBA雜誌317期目錄2013年01月



特別企劃

打造堅強的第一線團隊

他們是公司和顧客接觸的介面，是產品品質好壞主要的關鍵。隨著環境快速變動，競爭日趨激烈，今天，第一線團隊的角色是前所未有的重要。企業該如何激發第一線人員發揮作戰力，掌握最接近市場的資訊，即時敏捷反應？如何讓第一線主管與員工充分投入，成為公司最重要的靈活大軍？

讓策略落實到第一線

經過熱烈的討論，公司剛剛決定了一個重要策略，將影響公司未來的發展。但是，等一等，如果公司沒有投入的第一線人員，就算有再聰明的策略也不管用。第一線團隊通常只負責執行上級交代的事項，他們可能根本對這項決策不在乎，更不用說積極推動了。究竟要如何讓第一線團隊了解公司策略，並願意全心實踐？

世界級智慧

英國石油的數十億元教訓

鑽油井平台災變只是摧毀英國石油數十億美元品牌資產的原因之一，真正的主因是，公司在品牌價值上走偏了路。

企業教練的一封信

我要做「第二代的企業家」

核心團隊不缺知識和能力，但如何離開慣性，轉換跑道而不抗拒，勇敢邁向那不可預測，但大有機會的未來？

高階主管教練

葛史密斯 (Marshall Goldsmith)

感恩的時刻

雖然景氣還是不見好轉，荷包又緊縮了一些，但我們可以選擇用正面的態度來看待挑戰與變化。

專訪

飛利浦設計中心創新與永續設計研究資深總監羅琪

創新不只在科技，更是能力

飛利浦將永續經營列為公司重要的策略，參與主導整個轉型專案的資深總監羅琪，在過程中有什麼樣的學習？

數字看管理

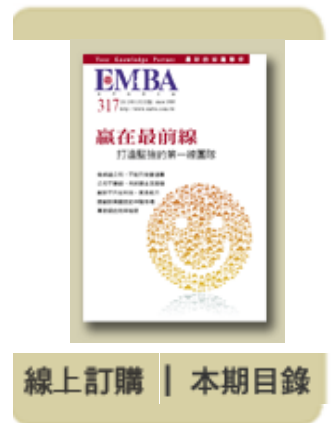
消失的午餐時間

同事，我可能不會愛你

編輯部報告

站在改變的前緣

對很多人來說，應該都是被世界急速改變的腳步，推著走過二〇一二年的。



線上訂購 | 本期目錄

世界企業案例

富士全錄公司日本總社社長山本忠人

做卓越公司，不能只做普通事

上任五年來，山本忠人帶領公司從賣影印機的公司，轉型為一個提供解決方案和服務的公司。

印度凱文克製造公司

小有小的贏法

當競爭對手的洗髮精都是大份量，只在大型零售店出售，它就推出小包裝洗髮精，並以腳踏車深入鄉間雜貨店。

旅遊·懷舊·小電腦

二〇一二年日本暢銷商品

二〇一二年的日本，景氣衰退、政權交替的情況下，某些商品依然銷售長紅，它們有哪些共同特色？

美國舟遊旅遊網站共同創辦人英吉利

賣旅遊服務的科技公司

無論你打電話進來，還是寫電子郵件詢問，為你解決疑惑的永遠是這家網路公司的工程師，有時甚至是創辦人。

各單位請注意

精挑細選該上的戰場

張開社交行銷的耳朵

行銷效果特快車

內部晉升，還是外部求才好？

傑出業務員背後的秘密

似假成真的品牌

重點放在公司做不好的地方

全球看板

把餐廳搬進商店裡

二〇一三年的行銷課題

年度風雲中小企業

我在工作上學到的事
提高主管面試的技巧

新書新知

專家級的效率秘密
手中滿滿計畫等待執行，如何在有限的時間內，做好最多的事情？首先，分清楚「必須做」和「想要做」的事情。

顧問區

美商韜睿惠悅企業管理顧問公司台灣分公司副總經理
暨首席顧問姜欣嵐

公司不賺錢，年終獎金怎麼發
在不賺錢的情況下，基於留才考量，還是希望可以給員工年終獎金或獎勵，該怎麼做才能把錢花在刀口上？

你知道嗎


一月主管行事曆
業務高手好在哪裡？
團購券，行不行？


BCG洞見

開創新興國家的中階市場
當企業進入新興國家，瞄準中產階級市場時，須運用創新的業務模式，探索當地顧客需要，翻新價值鏈。

個人管理

真正的人脈需要經營
能夠長期維持的人脈需要努力與真誠地經營，不只是偶爾約出來喝杯咖啡聊聊天，也不只是寄寄電子郵件。

我聽過最好的一個建議 
回想起來，你曾經聽到過什麼樣的建議，對你帶來很大的影響？

說出你的感謝！ 
人們會在各種場合表達謝意，例如家中、社區裡、宗教場所等等，但排名最後的卻常常是職場。

部落格精選*

國際品牌大師-林斯壯 (Martin Lindstrom)
絨毛熊與相框的背後
你會驚訝地發現，藉由觀察人們，你竟然可以知道那麼多事情，甚至足以改變一家公司的整個理念。