

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

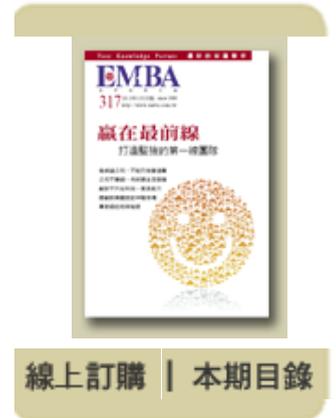
消失的午餐時間

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。