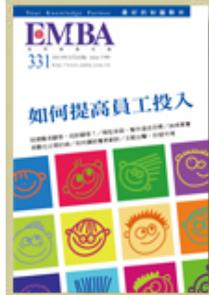




## 特別企劃

# 如何提高員工投入



線上訂購 | 本期目錄

研究顯示，在很多公司，越資深的員工，越不投入；越基層的員工，投入的程度也越低。究竟如何才能激勵士氣，提高員工的投入？一些傑出企業的經驗顯示，真正必須主導員工投入任務的，不是人力資源部門，而是第一線主管。公司應該要求各部門主管將員工投入視為優先要務，定期與員工對話，推動實質的改善。

### 你是團隊的助力還是阻力？

職位越高，就越應該專注於構思策略，執行細節就交給他人？小心！你可能已落入與現實脫節的陷阱中，阻礙團隊前進而不自覺。

### 大師專訪

#### 專訪德勤公司北美副主席歐鵬蕭

一起攜手走向雲端

當企業在選擇創新路徑時，有沒有什麼原則？公司追求創新的過程中，最常掉入的陷阱是什麼？

### 關鍵報告

該獎勵老顧客，或新顧客？

公司究竟應該獎勵老顧客的忠誠，還是將預算用於吸引新顧客？

### 企業教練的一封信

#### 昱晟國際股份有限公司創辦人傅秉坤

選擇對的領導人教練

企業在選擇高階主管教練時，除了考慮專業技能，以及是否能配合公司內部計畫之外，還應該思考哪些面向？

### 高階主管教練

#### 葛史密斯 (Marshall Goldsmith)

人人都需要檢查表

假如我們能放下自我意識，確實運用檢查表來提醒自己該做什麼事，我們的組織將變得更有效率。

### 企業案例

#### 英國Burberry集團執行長艾倫茲

抽掉真實與數位之間的線

專注於顧客體驗、運用創意十足的科技行銷手法，她讓經典老品牌 Burberry煥然一新。

#### 耐吉公司

從鞋子到數位的創新成長法則

耐吉已經不只是一家「賣運動鞋」的公司，它將滿滿的創意動能，從鞋子延伸至高科技，更延伸至環境改善。

### 編輯部報告

做到

去年感恩節的晚上，忽然收到一封來自葛史密斯

### CEO Talk

#### 讀冊生活網路書店董事長張天立

創新的精神不是為了賺錢

離開一手創立的博來來，他選擇再次創業，成立讀冊生活網路書店。第一次創業的經驗給了他哪些寶貴的學習？

### 新書新知

微型承諾，幫你達成目標

許下簡單、易做、可衡量，又能長久維持的微型承諾，小步完成每個小里程碑，邁向最終目標。

### 企業案例

#### 英國Burberry集團執行長艾倫茲

抽掉真實與數位之間的線

專注於顧客體驗、運用創意十足的科技行銷手法，她讓經典老品牌 Burberry煥然一新。

#### 耐吉公司

從鞋子到數位的創新成長法則

耐吉已經不只是一家「賣運動鞋」的公司，它將滿滿的創意動能，從鞋子延伸至高科技，更延伸至環境改善。

### 品牌部落格

#### 林斯壯 (Martin Lindstrom)

來一場刷牙比賽！

搭飛機、刷牙、開車、減重，我們做的每一件事，在這個宛如電腦遊戲的人生中，都能成為一種競賽。

### 顧問區

#### 奇果創新管理顧問公司總經理周碩倫／主答

如何讓我的部屬更創新

我應該透過什麼方法帶領團隊，以創新方式重新思考工作內容，並且找出工作中可以創新的部份呢？

### 關鍵報告

該獎勵老顧客，或新顧客？

公司究竟應該獎勵老顧客的忠誠，還是將預算用於吸

(Marshall Goldsmith) 的電子郵件。

## 各單位請注意

創造狂熱的品牌追隨者

攔截危機的殺傷力

新熱門課程：社會創業

訓練一定要衡量效果 

管理顧問柯帕翠克夫婦表示，這是許多沒有衡量員工訓練效果的訓練者所常用的藉口。

產品開發的十個原則 

想像一下，當你瀏覽蛋糕店網頁時，就能聞到蛋糕香味，那會是怎樣？這個想像曾經短暫成真。

提高辦公室效率 

在美國，只有三〇%的上班族對工作投入；高達五二%的人對工作不投入，能少做一件事就少做一件事

## 全球看板

星巴克不只在店裡賣咖啡

賣飾品賣出一片天

創業者不喜歡哈佛畢業生

上網買棵樹

我要退貨！

引新顧客？

## 你知道嗎

公司網站要顧及行動裝置

主管有四種

辦公室溝通三原則

員工的心裡話

## BCG洞見

主動出擊，形塑市場

讓愛迪生名留千史的，不只是他發明電燈，還有他形塑了這個市場。如何在產業發生巨大轉變之際，搶得先機？

## 個人管理

職場十大NG句

即便你心中真的如此覺得，當你說出這個負面的句子，別人會覺得你很悲觀、缺乏建設性，甚至很頑固。

當計畫趕不上變化時 

別心軟，當斷則斷。追求完美，不如在能力範圍內盡善盡美。因為人力與資源有限。

## 關鍵報告

該獎勵老顧客，或新顧客？

公司究竟應該獎勵老顧客的忠誠，還是將預算用於吸引新顧客？