



特別企劃

A+人才計畫

今天的主管需要的，不只是要求團隊達到績效目標，而是啟發團隊，釋放潛能，做到自己原來做不到的。

提前一步，留住頂尖人才

企業必須先了解他們想要什麼、有哪些目標，找出他們能力與公司重要策略的重疊之處，用心培養發展。

搶人才從面談開始

要找到好人才，必須有好的招募流程。哪些方法可以讓公司把「面試」這件事做到最好？

溝通能力

抱怨的顧客想要什麼？

一項研究卻指出，提出客訴的顧客，滿意度比過去更低。提出抱怨的顧客究竟想要什麼？企業應該如何回應？

關鍵報告

抱怨的顧客想要什麼？

一項研究卻指出，提出客訴的顧客，滿意度比過去更低。提出抱怨的顧客究竟想要什麼？企業應該如何回應？

企業教練的一封信

主要企業轉型諮詢公司總裁陳朝益

如何讓改變發生

必須先有領導人的帶頭，建立一個「渴望，急迫和必須」改變的氛圍。

高階主管教練

葛史密斯 (Marshall Goldsmith)

接班人與所有人的關係

接班人與董事會、同儕團隊、重要客戶的關係，將決定他是否能得到一個公平的機會，角逐接班人的職位。

數字看管理

世足開打，員工生產力下滑

企業案例

美國LWD童裝創辦人田普

破解臉書商務的密碼

田普創立的兒童服飾公司，靠著成功運用臉書，開啟了下一波電子商務革命的開端。

彭博慈善基金會

最創新的基金會

一樣是基金會，它的做法不一樣。從慈善主題與對象

全球看板

飛到飽航空公司

關於蘋果產品設計的四個迷思

從英特爾的眼睛看未來

杯子蛋糕時代的結束

臉書的下一步

CEO Talk

大聯大投資控股公司董事長黃偉祥

習慣贏就是最危險的時候

打倒競爭者，還是擁抱競爭者？按照成功模式繼續發展，還是改變模式？他用不一樣的思考，帶領公司持續改變。

新書新知

不隨時代改變的七個行銷秘訣

即使已經進入電子商務和大數據的時代，經營人與人之間的關係仍然是行銷不變的本質。

不同凡想的思考力

很多事並非必然正確或錯誤，從不同角度思考，讓我們更有創意地看清事情隱藏的本質。

企業案例

美國LWD童裝創辦人田普

破解臉書商務的密碼

田普創立的兒童服飾公司，靠著成功運用臉書，開啟了下一波電子商務革命的開端。

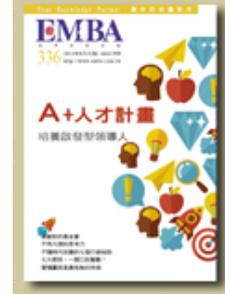
彭博慈善基金會

最創新的基金會

一樣是基金會，它的做法不一樣。從慈善主題與對象的選定，到後續成果監督與追蹤，全都借助數據資料的力量。

品牌部落格

林斯壯 (Martin Lindstrom)



線上訂購 | 本期目錄

的選定，到後續成果監督與追蹤，全都借助數據資料的力量。

編輯部報告

我們都是轉變產業 

各單位請注意

打造矽谷的人

邀請顧客為產品訂價

三個方法應付討厭鬼員工

行銷之前的三個準備 

情緒在談判中扮演的角色 

向恐懼宣戰

為什麼我們渴望新鮮的食物？為什麼我們嚮往單純的古早年代？這些問題的答案，正驅動我們的購物力。

顧問區

日正企管顧問公司總顧問王忠宗／主答

如何告訴顧客漲價了

合作已久的供應商，將調漲原料價格。我們希望維持公司利潤，又害怕流失顧客。我們應該怎麼做？

關鍵報告

抱怨的顧客想要什麼？

一項研究卻指出，提出客訴的顧客，滿意度比過去更低。提出抱怨的顧客究竟想要什麼？企業應該如何回應？

你知道嗎

公司在玩什麼遊戲

在辦公室，保持冷靜

BCG洞見

開好腦力激盪會議

很多人對腦力激盪誤解了。它不是跳出框框，天馬行空的點子大會，而需要定義問題，並建立一個新的框框。

個人管理

領導人的七個壞習慣 

從哪裡找出時間？ 

關鍵報告

抱怨的顧客想要什麼？

一項研究卻指出，提出客訴的顧客，滿意度比過去更低。提出抱怨的顧客究竟想要什麼？企業應該如何回應？