



## 特別企劃

# 跨越陷阱，成功推動變革

不論是導入新科技系統，建立新的企業文化，或進行組織改造，在公司推動變革的過程中，往往會有很多暗礁，阻礙變革的進展。成功變革的企業，懂得建立機制，減輕組織的情緒起伏、降低認知偏誤造成的障礙，除了有助於推動變革成功之外，也能強化公司的變革肌肉，讓未來的變革行動更順利！

### 日立集團變革的兩千天

二〇〇九年，面對激烈競爭和金融海嘯的壓力，日立虧損將近八千億日圓；五年後的今天，日立刷新二十三年來的紀錄，盈餘達五千多億日圓。在危急時刻接下社長一職的川村隆，發動了哪些變革，帶領公司轉虧為盈？

### 推動變革，大家一起來！

變革有三大迷思：變革是由組織頂層開始、是主管說了算、是為了管理而刻意設計出來的。想避開這三塊絆腳石，讓變革順利推動，企業需要的是，打造一個人人參與的變革平台。

### 大師專訪

#### 專訪瑞士洛桑管理學院教授邁爾奈

發展你對未來的觀點

未來的競爭優勢會是什麼？面對不確定的時代，公司要如何知道，自己該往哪裡去？

### 世界級智慧

主管，你該管多少？

主管的角色必須重新界定，從明確指示方法與程序，轉變成訂定原則與目標。

### 企業教練的一封信

#### 主要企業轉型諮詢公司總裁陳朝益

疑人不用，用人不疑

家庭氛圍型企業已經轉型成組織管理型企業；你不再是大家長，而必須擔起總經理的角色。如何找到著力點？

### 高階主管教練

#### 葛史密斯 (Marshall Goldsmith)

畫一張快樂與意義圖表

惰性不僅讓我們不想思考，不想行動，它還影響了真正重要的事：人生的意義與快樂的程度。

### 數字看管理

成功的領導人在想什麼

為什麼公司長不大？

### 企業案例

#### 寇斯公司

走在時尚頂端的平價奢華

產品優遊於高端時尚，以及平價奢華兩個世界，卻能

### 各單位請注意

有人在辦公室哭了，怎麼辦？

為策略說一個故事

未來必須注意的三大議題

諾貝爾獎為我們上的一堂品牌課 ➡

公司該許什麼願？ ➡

職場上一代新人換舊人 ➡

### 全球看板

令人又愛又恨的吃到飽

「照片經濟」的時代

來一場失敗研討會

試衣間裡的電子店員

便宜，顧客不買單

### CEO Talk

#### 歐萊德國際公司董事長葛望平

想著做好，而不是做大

葛望平甚至改變了供應商與投資夥伴，一起變綠色。也讓公司的品牌因此站上國際舞台。

### 新書新知

九條智徑，加速成功！

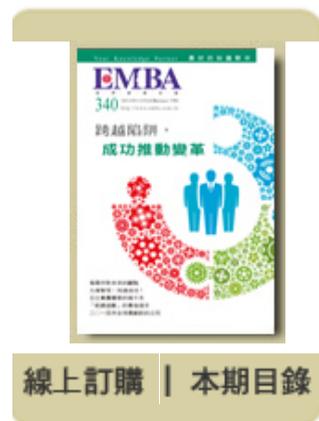
無論在哪一個年代裡，總有一些人反常規而行，只用了短短的時間，就創造驚人的成就。

### 企業案例

#### 寇斯公司

走在時尚頂端的平價奢華

產品優遊於高端時尚，以及平價奢華兩個世界，卻能



在雙方面都表現傑出。它也因此獲選金年最創新公司之一。

### 色力製片公司創辦人賈克森

「飢餓遊戲」的幕後推手

出自一年只製作一到兩部電影的公司，它是如何寫下電影產業的奇蹟？

#### 編輯部報告

一公分的下沉 

英國海軍發現，軍艦如果不出擊，就這樣停在海上，每年約會下沉一公分

在雙方面都表現傑出。它也因此獲選金年最創新公司之一。

### 色力製片公司創辦人賈克森

「飢餓遊戲」的幕後推手

出自一年只製作一到兩部電影的公司，它是如何寫下電影產業的奇蹟？

#### 品牌部落格

### 林斯壯 (Martin Lindstrom)

一個失落的儀式

科技的進步，讓許多的等待轉變為科技的例行程序。若為品牌加強「期待感」，會帶來哪些不同？

#### 顧問區

### Pebbo創新策略設計顧問公司執行長陳雅博／主答

如何從顧客身上找創新靈感

怎麼了解顧客真正想要的是什麼？如何能夠從顧客或潛在的顧客身上，尋找出新機會？

#### BCG洞見

二〇一四年全球最創新的公司

今年的全球創新企業大調查中，有哪些值得我們思考的重要趨勢？

#### 個人管理

五個撇步，讓你更數位

時代快速變動，不知不覺就被科技潮流拋下了？麥肯錫公司資深顧問提出五個小撇步，幫助高階主管更數位

主管不再難開口

面對困難話題，主管可能覺得難以啟齒，員工也可能不接受，問題還是在原地踏步。

[培養你的傾聽能力 !\[\]\(1adebd97b172010e8ebc985144647a7c\_img.jpg\)](#)