



特別企劃

你的文化，就是你的品牌

在今天資訊透明的時代，傳統的美化包裝與制式宣傳，已經不再管用。企業要建立品牌，不但必須重視對外界的形象，在內部，和員工的溝通與文化建立，也一樣重要。企業必須內外一致，讓員工成為公司的大使，讓員工的行為，成為公司最好的品牌宣傳。如何建立你的雇主品牌？

傳遞品牌文化，由員工開始

消費性產品的品牌，有八成靠產品的外觀與感覺作為驅動力；但B 2 B品牌正好相反，八成取決於員工的行為。要成功打造B 2 B品牌，必須讓所有員工先擁抱公司的品牌。

三大原則，打造服務文化

想讓員工展現公司期望的行為？想提升員工工作成效，並讓他們互相影響與學習？現在就運用三個管理原則，打造你的企業文化。

時間管理

五個習慣，邁向高效率

忙到焦頭爛額，還是無法處理好重要的事情？現在就運用角色宣言、時間矩陣，重新邁向高效率！

世界級智慧

來自總公司的關愛眼神

在成長快速的市場，分公司往往吸引總公司的大量注意，如何別讓過度的關愛眼神，造成反效果？

企業教練的一封信

呂旭立基金會領導人教練陳茂雄

跨出教練式領導的第一步

從「我的答案是什麼？」，轉為「對方的心路歷程是什麼？」即使不給答案，也能夠幫助他人自行解決問題。

高階主管教練

葛史密斯 (Marshall Goldsmith)

自信，領導人的必備特質

每個人都有怯懦的時候。當你是一位領導者，你的部屬就會把你的每個表情看在眼裡。

專訪

專訪人力資源顧問希沙提

衡量，從訓練前就開始

很多公司苦於無法衡量訓練的成效，或員工參加了訓練課程，卻沒有改變行為。

管理精修

國立政治大學國貿系教授郭炳伸

不按牌理出牌的綠色小巨人

歐萊德的產品，附加銷售「環境」這個概念，讓消費

編輯部報告

行銷就是人力資源

世界企業案例

HBO電視公司執行長派柏

把自己打造成人才磁鐵

以提升品牌，而非收視率來衡量節目，在執行長派柏的眼中，公司的企業文化遠比策略更重要。

各單位請注意

「優步化」工作時代來臨

中國手機進攻全世界

十年來最成功的反敗為勝

耐飛利從摔跤中學習

問對問題，才有好解答

請顧客介紹顧客

全球看板

推特執行長的開會秘訣

關於Line的成功故事

從頭到尾包下的商機

忍不住想打開的電子郵件

為肉乾穿新衣

CEO Talk

台灣電力公司董事長黃重球

用改變帶來更多改變

從組織結構，到開會方式，黃重球發動了一連串的改革。二〇一四年，台電終止了連續八年的虧損，轉虧為盈。

新書新知



線上訂購 | 本期目錄

者想成為，為環保盡心力的一份子。

從一顆球，看一個球員

知名棒球教練野村克也，曾帶領球隊締造無數佳績。他認為，球員必須懂得感受，才能成為超一流的球員。

談判，從你的內心開始

創造雙贏是化解衝突的做法，面對真實情況時，卻忍不住相互爭奪，問題就在於，沒有先與自己的內心和解。

品牌部落格

林斯壯 (Martin Lindstrom)

名片，你最小的招牌

設計一張不需經過解釋，就能清楚傳達品牌精神的名片，掌握傳遞品牌訊息的第一個接觸點。

顧問區

安瑟管理顧問公司總經理曾渙釗／主答

如何評選供應商

尋找和評估供應商時，我們應該留意哪些部份？在與供應商合作時，應注意什麼原則？

個人管理

不再賴床遲到的八個秘訣

如果你還常常因為賴床而遲到，效率顧問彼德森在快速企業雜誌網站上，提供了八個可供改進的秘訣

化問題為機會 