

EMBA雜誌346期目錄2015年06月



特別企劃

不要賣。內容行銷，讓顧客自己找上你

要讓業績翻倍，最好的做法不是更努力賣給顧客，而是透過故事、資訊，和專業建議，讓顧客自己決定要向你購買。內容行銷，才是新時代的行銷法則。

內容行銷的四大錯誤

在品牌訊息氾濫的今天，只有那些符合消費者需要、為他們提供價值的訊息，才能吸引他們的注意，啟動他們的傳播。

分享，社交媒體的關鍵字

在社交媒體上，如何製作好的內容行銷？如何讓人願意追蹤，並且樂於主動分享？

CEO Talk

特力集團執行長童至祥

抓大放小，做重要的事

六年來，童至祥透過整合與聚焦，建立高績效文化，帶領特力集團持續穩定的成長。

世界級智慧

人才戰的新戰線：前員工

人才是重要資產，但並非只有留在公司的人才，才是重要資產。

有效執行策略的秘密

策略看來很高明，但為什麼執行之後，就是成效不佳？

企業教練的一封信

國際型教練顧問公司教練劉素貌

回饋是一面鏡子

回饋就像一面鏡子、一份禮物.....但，應該如何給，才會比較有效？

管理精修

國立政治大學法律系教授馮震宇

成功企業不能忽視智財策略

創新不是口號，而是隨時隨地都在發生的進行式。若要使創新能帶來長久的成功，企業就必須善用智財策略。

編輯部報告

生命中最美好的事物

信和A-Lin有一首歌，叫作「狂風裡擁抱」，裡面有一句歌詞：「幸福地坎坷著」。

BCG洞見

打造數位化的五大基本功

數位科技的力量，已經開始影響更多產業。

世界企業案例

U A公司執行長普蘭克

一件運動衫，打敗愛迪達

專心把第一個產品做好，公司才有信譽跨入其他產品線。

各單位請注意

迪士尼跟著時代走

小公司別怕大數據

財星百大最佳僱主

三個方向，培養頂尖人才

問問題，力量大

新書新知

二〇一五消費大趨勢

主動蒐集點子和故事，試著以更高角度找出共同點，你也能成為發掘趨勢的大師。

全球看板

無處不在的醫院

口香糖走下坡

我們的科技新世界

向亞馬遜學分析

什麼科系的畢業生最高薪？

高階主管教練

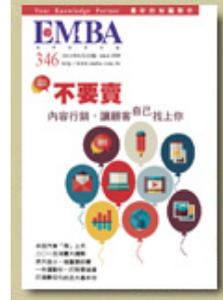
葛史密斯 (Marshall Goldsmith)

謝謝那些天使

若他人的建議對你有益，就遵從它；若不適用，只需要說聲「謝謝」，就不必對它在意。

企業案例

本田汽車「飛」上天



線上訂購 | 本期目錄

企業案例

本田汽車「飛」上天

造摩托車起家，晉級到造汽車，經歷將近三十年的研發歷程後，本田在航空業超越了老大豐田汽車。

造摩托車起家，晉級到造汽車，經歷將近三十年的研發歷程後，本田在航空業超越了老大豐田汽車。

品牌部落格

林斯壯 (Martin Lindstrom)

拆解你的品牌

品牌不只是標誌，它必須帶給消費者一致的多元感官體驗。

顧問區

韜睿惠悅企管顧問公司人才與獎酬諮詢副總經理黃鄭鈞

當公司出現主管斷層時

除了工作增加，主管還必須帶領新人。公司應該怎麼做，才能協助減輕主管的負擔？

你知道嗎

他們教我們的五件事

買票吃晚餐

宜家家居打天下

如何吸引人才

走出銷售低潮

個人管理

說話溫和，是好的領導人嗎？

領導人個性柔軟體貼，很容易被誤認為軟弱，遭部屬忽視與敷衍。真是如此嗎？

習慣，從小地方建立

Lift應用程式是一個協助人建立習慣，達成目標的應用程式。

好好說「不」 