

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

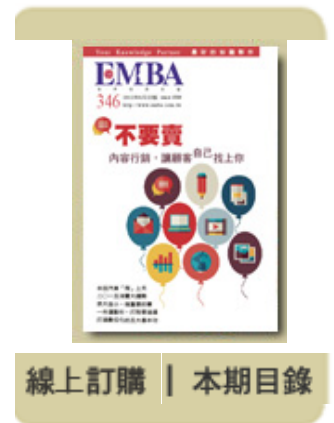
葛史密斯 (Marshall Goldsmith)

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



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」 