
焦點企劃

小線索·大商機

顧客行為教你的事

夏天還掛著聖誕燈飾的家庭，持續收藏絨毛熊的大人，這些習慣與行為，都隱藏著不同的情感需求。企業可以運用哪七個步驟，觀察顧客行為，將他們沒說出口的需求，轉換為無限商機？

別再見樹不見林

六大關鍵，打造顧客體驗旅程

許多企業以單一接觸點，評量顧客的滿意程度，但在顧客心中，是否滿意的關鍵在於整體體驗。現在就採取六個關鍵行動，管理顧客從始到終的旅程。

行為改變

讓顧客購買的秘密

不論消費者對你的產品多麼動心，或是對現況有多麼不滿意，若沒有協助他們改變行為，就難以讓他們採取行動購買。企業可以運用哪些要素，改變消費者行為？

讓顧客自己動手來

打造自助式服務

速食店推出自助點餐後，讓更多顧客願意加購飲料；影城的自助式購票亭，使每人平均消費額上升。打造美好的自助式服務體驗，應該注意哪些原則？

編輯部報告

編輯部報告

酷，不酷？

很多公司看了蘋果或Google的例子，都想要立刻變酷，但是，潘尼百貨的經驗告訴我們，一味追求酷，並沒有那麼酷。

世界企業案例

潘尼百貨執行長艾利森

記得你的顧客是誰

錯誤的策略，讓潘尼百貨叛離長久以來的核心顧客，艾利森接下潘尼百貨的燙手山芋，他運用數據資料與自有品牌，一步步重新贏回顧客的忠誠。

日本九州豪斯登堡的奇蹟

歡迎蒞臨「變」之旅館

走進飯店，機器恐龍服務員會幫你進行住房作業。日本旅遊產業的傳奇人物澤田秀雄，如何讓虧損十八年的樂園，華麗變身？

高階主管教練

領導力大師Marshall Goldsmith

讓員工自己做決定

有個重點是大家經常忽略的：領導人無法「授權」員工負起責任，並做出好的決策；員工必須賦予自己權力。

品牌部落格

品牌大師Martin Lindstrom

多餘積木的秘密

在充斥著不實廣告，和過度包裝品牌承諾的時代裡，只要簡單地奉行「事先不承諾過多，履行承諾時超出期待」，往往就能打動顧客的心，令他們難以忘懷。

新書新知

親吻很多青蛙

原創者和你想的不一樣

他們好奇、愛質疑、不接受現狀，一方面勇於嘗試，另一方面卻也善於避險。成功的原創者，有哪些你所不知的堅持與做法？

世界級智慧

BCG洞見

翻轉成功，讓企業更上一層樓

有一群領導人，在企業已經相當成功的情況下，依然能夠帶領組織不斷前進，更上一層樓。他們是怎麼做到的？

教練銷售人員

打造專屬的銷售養成計畫

如何基於銷售人員的績效數據，挑出最需要精進的技能，擬定一套個人化的銷售技能發展計畫？

創新與顛覆

物聯網的商機與挑戰

不久的將來，所有你正使用的物品，都能夠互相連結，並處理資料。面對物聯網時代的來臨，企業可以把握哪些商機，又該如何面對挑戰？

CEO Talk

豬八戒網創辦人朱明躍

堅持把爛牌打成好牌

朱明躍如何帶領一路虧損了近九年的公司，成為中國大陸最大的服務外包平台？

顧問區

Mr.6 網路趨勢團隊、米斯特六公司共同創辦人劉威麟

網路行銷應該注意的事

公司希望投入一些行銷預算在網路行銷上，希望能拓展公司知名度，也能提高產品的銷售量。我們可以從何處著手？

個人管理

六個錯誤

問題出在你身上

很多主管時常感嘆，部屬表現不佳，或工作品質讓人不放心。然而，問題卻可能出在主管身上。很多主管不小心犯了以下六個錯誤：

協商技巧

談判高手怎麼談

即便是最困難的談判問題，都有可能存在解決的辦法，只是談判者需要技巧與工具。

各單位請注意

焦點話題

谷歌的現在與未來

大家想的是「我們可以延伸去做的相關事物有什麼？」但谷歌共同創辦人佩吉卻認為，或許公司可以做更多沒有那麼相關的事物。

關鍵趨勢

迎接超透明時代

任何市井小民現在都有可能點起燎原的星星之火，讓大眾注意到某個問題，公司因此必須被迫做出回應。企業來到了「超透明時代」，遊戲規則不同於過往。

教練領導

史上最偉大教練的領導課

加州大學洛杉磯分校籃球校隊前總教練伍登（John Wooden），曾經帶領學校球隊贏得十次全美冠軍，被譽為史上最偉大的教練。

行銷秘訣

讓顧客一來，再來

在顧客購買公司產品之後，自動寄出電子郵件感謝顧客，許多顧客竟然回覆了電子郵件，有些顧客反過來感謝公司。

接班話題

迪士尼接班計畫又出包

被視為迪士尼接班人的營運長史塔格，突然閃電請辭。消息一出，躍上各大媒體，外界一片驚訝聲四起。

專案管理

企業向拍電影看齊

跟拍電影一樣，投資者看好的是一部電影，而不是電影公司本身，他們掏錢壓寶的是電影，只有當這部電影能夠衝出好票房，投資者才能夠賺錢。

時間管理

待辦清單的真正作用

你寫待辦清單時，是將最重要的事寫在前頭，還是尾巴？這個小差異可能對你的生產力有重大影響。要提高你的生產，應該善用「沉思工具」。

企業教練的一封信

主要企業轉型諮詢公司總裁陳朝益

為什麼我還要這麼辛苦？

不是前面沒有路，而是該轉彎了。企業轉型是「管理和領導，專斷和授權」之間的拿捏。

全球看板

快閃小店出頭天

膠囊果汁機

迎接第四次工業革命

一年賣出八百萬美元的爆米花

大家要，卻沒人賣的產品

你知道嗎

「總部最懂」的心態？

找不到一樣家店

在事業生涯烙下印記

電影院跟網路搶觀眾

數字看管理

口碑真實性

口碑，見人說人話？

消費者受到資訊影響而產生的購買行為當中，排名第一的影響因素是：別人對產品的評價。