

EMBA雜誌281期目錄2010年01月



特別企劃

提高中階主管的領導力

重視中階主管的價值

他們沒有C E O的光環和權力，卻是推動公司發展的關鍵人物。他們的快樂與哀愁是什麼？

提高中階主管的領導力

中階主管是公司的關鍵角色，是執行策略的靈魂人物，他們決定了公司的績效，以及未來的發展。在快速變化的時代，中階主管需要的能力，不只是能管理日常營運的事務，還必須學習策略性思考，有效影響他人。他們必須主動積極，跨越部門界限，推動專案進展。公司該如何培養高績效的中階主管？

讓中階主管成為創新引擎

真正優秀的中階主管，不只是把份內事情做好，他們主動謀求創新與變革，運用智慧克服障礙，爭取資源與支持，成功地為公司創造更大的價值。

關鍵時刻

如何克服翻本陷阱

為什麼很多專案已經問題重重，前景也不看好，領導人卻仍然執迷不悟不願喊停？他們可能陷入了一種翻本陷阱。

觀點

主要企業轉型諮詢公司總裁，前英特爾台灣及中國區總經理，國際認證企業教練 / 專欄作者 陳朝益

我事業成功，還需要教練嗎？

很多人問我，我需要教練嗎？回答是：「你需要改變嗎？」人照鏡子看不到自己，除非有光，教練就是那一道光！

MY EMBA

時碩科技總經理黃亞興

創造一個持續學習的組織

時碩科技以跨功能小組為單位，舉辦讀書會，成功帶動組織學習風氣，讓團隊默契倍增。

高階主管教練

「經濟學人」雜誌推崇為全球最值得信賴的五位主管顧問之一 / 葛史密斯 (Marshall Goldsmith)

為軟性層面設定目標

我們很習慣為工作設定衡量的指標，其實，在軟性的層面上，也同樣應該設定目標與追蹤。

博覽區

熱賣商品更熱賣

高價產品的行銷

高價產品的行銷

不景氣，更健康

密碼設定大作戰

世界級

焦點人物 / 御博製錶公司C E O比佛

三十年救活三個品牌

他先後救回了寶鉑、歐米茄，以及御博三個瑞士鐘錶品牌。他的祕密是什麼？

歐洲聚焦 / 英國的純真果汁公司

一樣的果汁，不一樣的賣法

這家公司在完全沒有打廣告的情況下，成立十八個月就打進大型超市、兩年打進星巴克連鎖咖啡店。

創新事業 / 自然耶誕老人公司

給你專業的聖誕老公公

每年耶誕節各種場合都需要耶誕老人。當顧客有了需求，市場就有了生意。要實現這個構想，後面需要什麼努力？

借鏡日本

日本網路購物商機滾滾

日本的網路購物不斷推陳出新，不僅年輕人沈醉在網路的世界，連老世代也常常忙著在網路上比價或蒐集評價。

CEO Talk

神基科技董事長蔡豐賜

高築牆，廣積糧，緩稱王

他是台灣資訊產業最資深的戰將之一。二〇〇五年，他經過重大的生命風暴後，在管理上有什麼體悟？

新書新知

新書新知之1 / 當責管理

如何促進員工當責

要促進員工的當責行為，主管必須從訂定期望、溝通期望著手。

新書新知之2 / 行銷策略



線上訂購 | 本期目錄

數字看管理

54%

專注，一項不可能的任務

54%的受訪者指出，爆炸的訊息讓他們根本難以專注於一件事。

編輯部報告

光是努力還不夠

十二月的某天一早。在我埋頭遍尋不著抽屜裡的一份資料時，頭一抬，製版廠的老闆突然出現在辦公室門口。

賣不出去？交給我就對了

他連英語都說不好，賣的又是美國人最沒有好感的產品：豆腐。雲田康夫告訴你，如何化不可能為可能。

人力資源

啟動你的年度業務大會

不妨把主題改作比較具體的「所有部門動起來」，表達渴望推出新產品和改善計畫。

顧問區

群仁管理顧問公司總經理 馮仁厚 / 主答

如何激勵部屬接受挑戰

我挑選了幾位平日表現良好的部屬，希望給他們新的挑戰和舞台。他們卻婉拒了我的建議。

管理集短篇

暢銷關鍵字：環保、健康

百思買想要顧客的垃圾

讓你脫穎而出的競爭絕技

不要忽視次要顧客

二〇一〇年的十大趨勢

誰是接班人

如何達到最好的參展效果

你知道嗎

行銷新產品的四大原則

沒有效率的電子郵件

長期合作的短期僱員

兩分鐘也要受訓

個人發展

如果你討厭你的工作

找出自己喜歡和討厭工作的哪些部份，對於喜歡的部份，積極主動爭取做更多；換句話說，幫助自己愛上工作。

企業策略

移動管理

策略規劃行動指南

為了彌補規劃和執行之間的鴻溝，可採用移動管理。找出未來狀態，設定移動路徑，帶領公司一步步向目標邁進。

BCG洞見

本專欄由EMBA雜誌與波士頓顧問公司（Boston Consulting Group）共同策劃推出

精實管理與你

不只是製造業，越來越多服務業，採用精實生產的概念，去除浪費，強化流程，大幅提高績效和顧客滿意。