

當期雜誌目錄>>410期

| 焦點企劃 |

【策略 = $E \times mc^2$ 】

一個公式打造致勝策略

想從變動與紛亂的環境中勝出，公司需要一套致勝策略。運用策略相對論公式，檢視公司與競爭者的策略，幫助公司找出，如何在市場上發揮最大優勢。

【抬起頭，向外看】

五大方向，找出策略新可能

環境改變，產業界線模糊，新競爭者又不斷出現，公司想要找出新機會，成為未來市場的贏家，可以從哪五大關鍵角度切入？

| 編輯部報告 |

【編輯部報告】

學習區裡沒有舒適

九月中，EMBA雜誌舉辦的企業學習論壇中，邀請了五家公司領導人分享了他們的轉型經驗。現場也與Google全球領導人發展資深總監畢德生（David Peterson）進行連線，他強調「在學習區裡沒有舒適可言；在舒適區裡沒有學習可言。」

| 世界企業案例 |

【羅技公司執行長達瑞爾】

當小池塘的一尾大魚

以代工生產起家，製造滑鼠等電腦周邊設備的瑞士大廠羅技，不但沒有隨著個人電腦的式微而凋零，反而成為行動裝置相關產業的要角，勇奪各類設計獎項。它是怎麼做到的？

【日清食品】

乖寶寶品牌大變身

為什麼日清可以在提高售價後，速食麵銷售量依然成長，甚至擠進市價總值「一兆日圓俱樂部」的行列？為了更加貼近顧客，公司採取哪些「標新立異」的做法？

| 大師專欄 |

【國際品牌大師-林斯壯 Martin Lindstrom】

現在，你有什麼打算？

在疫情之後，不要指望你的商業模式可以維持原樣，也不要期待世界會回復「正常」。所以，現在你有什麼打算？

【沃頓商學院教授-布雷格曼 Peter Bregman】

讓你「說到做到」的秘訣

想要減少滑手機，一不小心又看了一小時？開會時想多聽少說，卻又忍不住說了太多？想「說到做到」，有意志力還不夠，你還要掌握一個秘訣。

| 學習論壇 |

【2020 EMBA企業學習論壇】

數位轉型x擁抱改變

九月九日，二〇二〇EMBA企業學習論壇熱烈地展開。這是EMBA雜誌第三年舉辦這個年度的學習盛會。除了重量級主講人的精彩演講內容，另一方面，數百位帶著口罩的學員一起學習，也將成為很多人共同的回憶。

【Google全球領導人發展與教練資深總監畢德生 David Peterson】

學習成為更好的學習者

當變動已成常態，我們必須學習成為更好的學習者。我們必須讓自己處於不舒適的環境下，尋求有挑戰性的新經驗。

【可樂旅遊集團副董事長吳守謙】

堅持做簡單的事情，就不簡單

透過系統管理及數據分析，可樂旅遊將顧客的聲音，變成員工、供應商改善的依據。

【遠傳電信總經理井琪】

數位轉型，溝通是最大關鍵

轉型的重點不只是科技或系統，而是心態的轉型。員工必須從心裡了解自己為什麼轉型，才能在心態和行為上有所改變。

【台灣怡和餐飲集團前執行長徐莓】

人處理好，事情就搞定了

推動教練文化，徐莓讓肯德基在三年內轉虧為盈。她指出，硬實力很重要，但事是由人做出來的，只要人改變了，做事方法就會改變。

【佳世達科技人資長林旺賜】
用聯合艦隊迎戰變動環境

為了因應環境劇烈變動，佳世達透過併購組成聯合艦隊。轉型過程中，公司如何協助雙方快速對接，以創造更大的價值？

【網訊電通執行長陳諧】
找到數位風暴中的藍天

每一個完美的風暴結構中，一定會有片藍天。數位風暴之下，公司能做的就是找到你的藍天，滿足客戶的需求。

| **CEO Talk** |

【光隆實業公司董事長詹賀博】
為傳產注入科技DNA

從科技產業回到家族事業，詹賀博從基層做起，每次做好一件小事。
他如何為傳產注入科技業的DNA，帶領公司從谷底創造成長？

| **新書新知** |

【溫度加科技】
讓虛擬銷售沒有距離

科技的發展與疫情的爆發，加速了虛擬銷售的腳步。公司在運用視訊、私訊、社交媒體等管道和顧客互動時，應該注意什麼？

【減掉贅肉，增加肌肉】
抓出工作中的時間小偷！

在工作中，你是「勞動時間提供者」，還是「價值創造者」？要提升工作成效，就必須先減去你的工作贅肉，找出偷走時間的小偷，讓你達到「時間瘦身」。

| **BCG洞見** |

【BCG洞見】
後疫情時代的品牌行銷

疫情打亂了所有實體的行銷活動，也阻礙了品牌與顧客的溝通和連結。

品牌應做好哪些準備，掌握哪些關鍵，才能在景氣回溫、需求反彈時，創造巨大成長？

| 顧問區 |

【DDI 亞太區首席顧問謝明真 / 主答】

如何管理跨文化團隊？

隨著公司業務快速發展，公司外派了一些員工到國外分公司，同時也有許多國外當地員工加入。但因為文化與習慣的不同，團隊合作起來很不順暢，也時常發生誤會，影響公司的專案與業務。應該如何管理跨文化的團隊，降低成員間的摩擦，讓團隊合作更順暢？

| 新創事業 |

【配客嘉公司】

共享包裝，網購環保新做法

台灣電商市場蓬勃發展，卻也造成了環境的負擔。配客嘉如何以共享包裝概念，串起線上與線下店家？

| 個人管理 |

【個人管理】

三個秘訣，勇敢發表演說

只要想到要上台簡報，很多人就開始全身僵硬，冷汗直流。但工作之中，總是有一些情境需要上台講話，這時該怎麼辦？

面對變動時如何更有韌性

新冠疫情對人們健康造成威脅，也對社會經濟造成衝擊。面對大環境的劇烈變動，有些人卻能穿越不確定的迷霧，把不確定變成一種機會。面對不確定時，究竟該如何讓自己更有因應能力？

| 你知道嗎 |

消費者和手機的親密關係

使用的工具不同，人們的溝通心態也會有所不同。比起使用個人電腦，在手機上，一般人更願意分享深入與私人的資訊？

記得公司真正的個性

疫情推波助瀾下，市場吹起一股節約風。公司的行銷手法也應該跟上這股潮流嗎？

| 各單位請注意 |

【關鍵話題】

面對下一個大危機

未來，像新冠肺炎這樣的危機再度發生時，你的公司可以生存下去嗎？

【危機領導】

雀巢執行長談疫情

從新冠肺炎疫情爆發至今，雀巢公司（Nestlé）執行長施奈德（Mark Schneider）每天都進公司上班。他之所以這樣做是有原因的……

【企業策略】

三種必勝的營收模式

科技推陳出新，消費者的喜好與行為不斷改變。今天，公司要在市場上獲勝，單靠傳統「賣掉產品，獲得營收」的模式，似乎挑戰越來越大。

【企業文化】

公司成長了，就難以創新？

在追求成長的同時，有沒有可能維持創新的企業文化？

【品牌行銷】

新媒體時代的行銷劇本

印度媒體公司「超級卡帶」（T-Series）跟美國紐約時報（New York Times），你聽過哪一個？你可能會下意識地認為，紐約時報的知名度高多了。先別急著下這個結論。

| 全球看板 |

付「錢」，還是付「注意力」？

枕邊人影響你的目標

找出團體合作的節奏

該錄取常換工作的求職者嗎？

成長率第一的公司