

企业楷模

讲故事的迪士尼

长大后,由于一直从事主题乐园的设计,我渐渐理解,原来好的故事是主题乐园最为重要的灵魂。

卓执中

迪士尼的核心竞争力是什么?有人回答:米老鼠是百年品牌,它卖的是快乐,它把握用户的需求,它提供人性化的服务……

以上皆是,却也皆未击中靶心。迪士尼的核心竞争力其实是“讲故事”的本事。

小时候,我第一次在电影院看到迪士尼的彩色卡通片《石中剑》后,回家就幻想自己是少年亚瑟王,骑着扫把去拯救世界。我被这个故事迷住了。全世界看过迪士尼作品的大小孩子们,估计都会有这个梦想。这就是故事的力量。

长大后,由于一直从事主题乐园的设计,我渐渐理解,原来好的故事是主题乐园最为重要的灵魂。

人是群居动物,独居很难生存。从山



顶洞人的壁绘中,我们可以观察到人类是如何用“漫画故事”分享、记录发生的事情。人类从远古时期就对故事着迷不已,历史、文学、音乐也是经由故事的方式流传下来。

故事帮我们了解外面的世界发生了什么,故事又是他人经验的分享,训练我

们如何融入社会,如何与人交流。好的故事有特殊的魅力。讲故事可以更容易说服他人、鼓励他人。一个好故事可以拨动我们的情绪,激发我们的想像力,甚至开启我们的同理心。

这种沉浸式感觉,心理学上称为“移情作用”。讲故事与渴望听故事,就是人

类的本能。追根究底,我们每个人都经由不同的故事、不同的人生经验,产生信念、梦想,学到如何应对人生的痛苦,不怕失败,不放弃理想。所以可以理解,讲好一个故事的主题乐园,为何如此吸引人。

在迪士尼的所有影视作品中,高科技只是用来辅助“讲故事”的工具,而不会喧宾夺主。迪士尼主题乐园强调的是“用户对故事线的体验”,而不是最高、最大、最快、最多、最贵的设备技术。

现在,“故事游戏化”已经成为新一代主题乐园的新方向。它与传统主题乐园体验的主要差别在于:在特定景点只提供基本故事线,让游客们掌有故事的主动权。

比如,在迪士尼的“魔法王国的巫师”这个互动主题中,游客们都是巫师梅林的新学徒,在整个主题乐园区为了决战魔王而招募各种人手,究竟会发生什么故事?那只有参与的游客才知道了。

归根结底,科技是为人服务、使人开心的工具,而不能倒果为因。无论技术如何进步,讲好一个故事是千古不变的人性,是快乐的源泉。这一点,值得我们本土的主题乐园深思。

管理之道

把目标拉近

黄新华

最大限度发挥员工潜能的关键就在于制定高标准的业绩目标,因此,在制定目标时我一般分两步走。

第一步,便是在团队的能力范围之内,计算出可达到的、合理的业绩目标。

第二步,也是最为关键的一步,则是设定更高的目标,这些目标看起来似乎很难实现,需要付出极大的努力才有达到的可能。之所以这么做,是因为我们发现,只要敢于朝着那些看似不可能的愿景目标不懈努力,最终往往如愿以偿。哪怕最后没有实现这些目标,我们也会发现,最终的结果肯定要远比我们预想的好得多。

管理者要做的就是将看起来遥不可及的愿景拉近,可以从以下三点入手:

1. 形成共同的目标观点

通过这个过程,可以了解到每个人的不同观点和看法,进而形成共同的观点。显然,对部门的发展方向取得更一致的看法,有助于团队成员以不同方式更好地对这个方向做出定义。

2. 把目标反复说

一些管理者直到后来才意识到,即使人们最初对一个目标达成一致,在实践中也不一定会主动实现这个目标。管理者要做的就是坚持不懈地宣传它。

3. 对愿景投入巨大的热忱

管理者应该把更多的精力放在如何实现卓越的目标上面,制定一个具有挑战性和激励性的愿景目标对管理者来说是至关重要的。一些优秀的管理者不仅在制定卓越目标上肯下功夫,而且能以巨大的热情面对这些目标,这确实是难能可贵的。

经营方法

推销员的求助

“当要诱导别人做某种结论时,聪明的人不会从正面着手,而是假装尊重对方的意见,让对方产生错觉,以为是自己主动做的决断,这样的‘求助’远比任何‘说服’都更有效果。”

陈雪娟

布拉德利是德国著名的保险推销员。最初,他向客户卖保险时,总是不断向他们介绍保险的好处,但无论他怎么推销,还是很少有人购买保险。在很长一段时间内,他都没能创造出良好的业绩。

后来,布拉德利经过仔细思考,决定不再对客户夸夸其谈,而是换一种方式——他把自己放在保险产品的对立面,提出一些顾虑与担忧,然后让客户来说服他,而在说服布拉德利的时候,客户们心里也必定说服了自己。所以,每当一开始,客户在得知他是一名保险推销员,想拒绝时,布拉德利就会这样说:“朋友,你误会了,我并不是向你推销保险。我对我们公司的保险业务有些质疑,我觉得保金太贵,而回报的可能性太小。”“我对保险几乎一无所知。”很多客户都这样回答。布拉德利就会接着说:

“这就太好了,我正需要一个从未接触过保险的人,用旁观者的角度来感受一下我的质疑是否正确,您能帮我这个忙吗?”

在这样的“求助”下,很多客户都愿意帮忙。等他们详细地了解过资料后,往往都会觉得布拉德利的顾虑与担忧毫无必要,然后他们就开始为他做解说。事实果然如布拉德利所想,客户们在解说的同时,也说服了他们自己。几乎不需要布拉德利开口,最后,大多数顾客都会这样表示:“挺好的,我为何不给我自己买一份呢?”

就这样,布拉德利卖的保险越来越多,成为德国最优秀的保险推销员之一。“当要诱导别人做某种结论时,聪明的人不会从正面着手,而是假装尊重对方的意见,让对方产生错觉,以为是自己主动做的决断,这样的‘求助’远比任何‘说服’都更有效果。”布拉德利这样说。

用“心”栽培你的新员工

曾祥伍

如果说公司是一条船,那么员工无疑就是船员了。这条船是满载而归还是触礁沉没,取决于船员是否同心协力、同舟共济。由此可见,员工对公司的重要性是不言而喻的,但员工的成长不是天生的,需要公司的栽培。或许很多老板不愿意花大量的时间和金钱培训,是因为他们都带有一个顾虑:我辛辛苦苦培训起来的员工最后跳槽了,这不是为他人做嫁衣吗?其实刚好相反,“当一名员工和企业共同经历风雨,共同成长时,他还会离开吗?”那么,作为公司的负责人,如何栽培新员工呢?

李励进公司的时间虽然不长,但由于工作努力,人又勤奋,头脑好使,很快便得到大家的信任和支持,公司放心地把一个区域的业务分配给了他。他也不负众望,出色地完成了任务。但是,李励有一个毛病,就是爱发脾气。有一次他负责的一个项目要和另一个部门互助才能完成,大家在一起讨论时,难免会产生一些摩擦,李励很不高兴,甚至大发脾气,弄得很多人下不了台。时间长了,大家都认为李励心胸狭窄,不好相处,同事们也远远地躲着他,不愿意跟他合作,李励在公司里逐渐变成了孤家寡人。人事部经理找到李励说:“职场中,不管你本事多大,没有良好的人际关系将寸步难行。”经理的话不无道理,却说到了点子上。李励明白了是自己的坏毛病,导致与同事们的关系紧张。于是,他进行了自我反省,随时提醒自己管理好情绪。慢慢地,他又融入了集体中,得到同事的信任支持和上司的重器,很快升了职。

职场其实就是一个无声的战场,每个人身在职场的人都要学会与人相处,与人沟通。不管是事业如日中天还是老板眼中的职场红人,如果想要在职场中发展得顺风顺水,更上一层楼,除了用“战绩”说话,同“战友”保持亲密、和谐关系也至关重要。低调处事,谦虚做人,避免与人争论,不批评、指责、抱怨他人,这些都是职场中保持良好人际关系的不二法则。

何锐是公司里的设计师,能力不错,来公司工作差不多六年了。去年9月,因为宏观政策的调整,公司在运转上遇到了一点小困难,效益降到了公司成立以来的最低点,一时间人心浮动。正在这个时候,何锐突然向老板提出辞职,说想自己出去创业。

当时,公司尚有一批订单还没完成,老板对何锐说:“辞职可以,但是必须把这个订单做好发走后再离开。”何锐爽快地答应了。在此期间,何锐工作兢兢业业,非常认真的完成了最后一个月的工作。离开那天,老板不但奖励了他5000块钱,还定了包厢请他吃饭,给他送行。酒席上,何锐感动地说:“我进入职场以来,还从来没有遇到如此好的老板,如果我离开,我一定会后悔。”于是,当场决定留下继续在公司干下去。

这件事在公司引起了很大的反响,大家都说,对一个过河拆桥的老板都那么宽容,跟着他干嘛没错。为此,很多正打算辞职的人都打消了这个念头。大家齐心协力,公司的效益也逐渐好了起来,很快实现扭亏为盈。

不管是作为公司或者个人,追求利益的最大化,都是无可厚非的行为。公司效益不好,员工提出辞职是再正常不过的事了。但是,人心都是肉长的,如果公司在对待辞职的问题上,处理得人性化一些,事情也许就会向好的方面转化。就拿何锐来说,老板处理得就十分巧妙。相信经过此次事件,何锐跟公司的感情更加牢固,以后不管遇到什么困难,他都会与公司荣辱与共。

家具市场不太景气,设计师们拼足了力气,在设计上求新求变,吸引客户的眼球,最近一款V领型的衣柜在北欧一带火了上来。

这款V领型的衣柜是由一名叫设计师克里斯蒂娜·布拉特设计的,女人味十足,有人干脆称之为性感衣柜。性感衣柜最大的不同在衣柜的拉手上,与传统衣柜的拉手不同,克里斯蒂娜将衣柜第一层抽屉的拉手设计成了衣服的开领样子,如同女性衬衫的V字型衣领,增添了几分女性特有的性感气质,这样的设计与下面两层抽屉的纽扣式拉手相称,整个衣柜好像领口开了几颗纽扣的女式衬衫,性感迷人,魅力十足。克里斯蒂娜希望通过这个新的创意来吸引女性消费者的注意和购买。事实上,这种具有典型北欧风格的设计,线条简洁流畅,色泽及材质自然,男同胞看了想伸手去拉,女同胞看了想买回家。

说起这组衣柜设计的灵感,克里斯蒂娜说,她曾细致观察杂志封面女郎搔首弄姿摆拍时衬衫衣领开口的样子,然后将这种性感元素融入到衣柜的设计中,给衣柜凭添了一丝女性的魅力,引得人们纷纷驻足观看。

创意的结果都一样,创意的方式各不同,模仿也是一种创意。

西德尼·温伯格是著名投资公司高盛的前掌门人。

16岁时,身无分文的他和好友雷恩一起到美国华尔街求职。接连受挫后,两人约定哪怕有清洁工的岗位也要争取。他们走进一栋宏伟的交易大厦,然后挨个办公室询问是否招人,但是从早上一直到晚上,都没有结果。最后高盛公司的一位员工告诉他们:明天你们可以再来问问,好像大堂需要个清洁工。

两人疲惫地离开了大厦。雷恩抱怨起来:我们竟然只能去替人清理痰盂,这活打死我也不干!温伯格叹了口气,宽慰道:这里环境不错,估计痰盂也不会太脏吧。雷恩摇摇头说:当清洁工是我的底线,比这再低的活,绝对不行!

第二天,温伯格独自来到高盛,果然当上了清洁工。这个工作虽然让人瞧不起,但有许多空闲时间。每天早晨温伯格忙完后,便跟着公司的学习金融知识,还结识了很多朋友。没多久,他被推荐到传达室当了领班,此后青云直上,38岁就当上了高盛总裁。

这时,还在当清洁工的雷恩来拜访,看到温伯格的办公桌上摆着一个铜质的痰盂,便说:你都是总裁了,还留着它干嘛?温伯格说:为了纪念我的职场第一步。有时,人生的转机就藏在我们降低的预期中,哪怕只是一小格。

领衣柜

赵元波

把预期降低一小格

张小平

心中装着完成任务的信念

余继标

在工作中,遇到困难的时候,需要的是解决,而不是解释。你没有按时完成任务,在老板看来,你的所有解释都是借口。

比如说,当工作任务没有完成时,你是否会说:“不是我没努力,而是没有人支持我的工作。”“这个工作没做好,是因为那个客户太挑剔了。”“这次没做好,是因为资金短缺,我没办法。”这些解释,可以让我们暂时逃避困难和责任,获得些心理慰藉。但是,解释的代价却是无比

高昂的,它给我们带来的危害一点也不比其他恶习少,它带给我们的是消极颓废,剥夺成功机会,最终会让人一事无成。

任何时候,任何情况下,解释都于事无补,问题还是在那里,反而会拖累解决的进程。我们一旦接受了任务就意味着做出了承诺。即使遇到再大的困难,也不要再去解释,而要想着去解决。做出了承诺,我们心中只能装着完成任务的信念。只要你心中装着这种信念,对所承诺的事情立即去执行、去行动,那么任何借口都无藏身之地了。

巴菲特打破40年投资准则的启示

余丰慧

又到伯克希尔·哈撒韦一年一度的股东大会,每年此时,“股神”巴菲特的一举一动、一词一句都被全球投资者密切关注。不可否认的是,今年巴菲特掌管的伯克希尔动作频频,而不像过去那样“一成不变”。

从2016年以来,“巴菲特投资什么”成为全球投资者焦点的同时,减持什么股票更引起了全球投资者的关注。可以说,2016年至今是巴菲特投资方向、投资结构、投资重点的转型期。在这个转型期,有比往年更多的东西值得投资者观察、领悟与学习。

客观地说,近几年巴菲特总体投资回报率并不算高,甚至低于全球股市平均回报率。探求背后的原因,或许在于巴菲特思想观念转变较慢。

在互联网特别是移动互联网、大数据、云计算、人工智能、物联网、区块链等为代表的新技术革命汹涌澎湃兴起之际,包括巴菲特在内那种坚持固有传统的投资理念恐怕已经落伍了。

比如,巴菲特投资的金融领域如美国运通、富国银行等股票,基本显示出日薄西山之境况。富国银行等传统银行在全球新金融领域革新的背景下,已经再难显示出太大的前景与潜力。再比如美国运通公司,此前以自动柜员机、银行卡为主的业务范围也已经基本到头,投资者如果把这些传统金融机构再作为投资目标,或者像巴菲特一样长期持有,那很大程度上是与市场的趋势相悖的。

再比如作为传统制造业代表的航空业,也曾经是巴菲特投资的重点。然而,今年美联航因“虐客”事件,导致该公司股票价格大跌,市值迅速蒸发。而巴菲特掌管的伯克希尔-哈撒韦去年第四季度曾重仓买入该公司股票,现时持股达2895万股,占总股本9.2%,并成为其最大股东。

早在1989年,巴菲特就曾以当时身家的10%(3.6亿美元)重仓全美航空,但入场后该公司便陷入下跌,而6年之后,这笔投资的净值已降至8950万美元,下跌了75%。这些传统产业或者全美垄断性企业,如今看来潜力已经不大。

在这瞬息万变的全球市场中,就是高科技企业,稍不留神也会迅速落伍。比



如,巴菲特投资的IBM公司股票,最新公布的一季度财报显示,公司营收连续20个季度出现下跌,股价在4月19日美股交易时段下跌近5%,报收于161.7美元。应该看到,IBM的很多业务并没有赶上互联网的潮流,但或许也正是因为认识到这一点,IBM如今开始在云计算、云储存等方面发力。

不过“股神”毕竟是“股神”,巴菲特已经观察到“不碰高科技企业”的理念开始落伍,正在与时俱进调整投资结构与方向。在这次年度会议上,巴菲特称,现在在美国市值最高的股票主要都是科技股,这个群体包括苹果、微软、雅虎以及谷歌的母公司Alphabet,他为这些公司轻资产运营所带来的成就感到惊讶。

在这次股东大会上,巴菲特直言自己错过亚马逊是“愚蠢”,没有投资谷歌是一个“失误”。他已经认识到,人工智能会带来颠覆性变化。

实际上,巴菲特正在迅速调整自己的投资组合。从清仓沃尔玛、卖出富国银行、减持IBM股票等,到转而投资苹果公司、涉足智能珠宝,参加全球区块链技术大会等等。我们相信,巴菲特接下来一定会大力度投资科技股。

从巴菲特投资方向转变可以看到,按照传统思路长期持有有一个行业、一只股票的投资理念已经渐显落伍。投资者也应该适时转变投资理念,开始挖掘储备科技潜力股或担当之急。特别是储备一些移动互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链技术等最具发展潜力前景的投资板块与领域。

当然,巴菲特关于投资需要把握的三点在任何时候都值得我们参考:一个是股东权益,一个是债务,一个是总资产。这也显示出万变不离价值投资之宗。比如苹果公司的低PE、比较高的股利分红以及每年上百亿美元的股票回购,这些都能契合传统的价值投资理念。