

企业楷模

允许员工在工作时间干私活,在很多公司里是不现实的事情,杜邦公司反其道而行之,收到了意想不到的效果。杜邦公司的这种做法使每个员工都变成了潜在的企业家,给公司带来源源不断的效益。

刘云利

1961年,美国一家公司试验站的技术人员乔治和彼特,利用熟悉公司技术的便利,购买了公司的气体色层谱仪的技术使用权。

两个人单干以后,非常勤奋,夜以继日地研究技术,期待有一天能创造出斐然的成绩。很快,两个人的努力就得到了回报,他们成立了一个小公司,专门出售气体色层谱仪,因为他们的仪器技术领先,销量非常大。

1963年,他们的设备被惠普公司“盯”上了,惠普用100多万美元买下了这个小公司,乔治和彼特也因此成了百万富翁。乔治和彼特的公司被惠普收购的消息,传到了两人之前就职的公司。公司高层很后悔没有及时采取行动,以至于让惠普公司吃了鲜。恼羞成怒之下,公司的老总奥威尔决定加强内部管理,以防类似乔治和彼特的事件重演。一天,他到公司暗查,看有没有上班



时间干私活的情况。当奥威尔来到一间办公室时,发现一个职员正在聚精会神地画着什么。因为十分专注,这个职员根本没有注意到奥威尔已到来。他悄悄走近观察,很显然这个职员并没有干自己分内的事。看到这种情况,奥威尔非常生气,他怒气冲冲地说:“给我停下你手头的活,赶快收拾东西,明天直接到财务处去结账。”听到老总的高声呵斥,这名职员并没有恐慌,他镇定地说:“先生,请给我一个星期的时间,我还你一个未来。”果然,一个星期后,这个职员提交给奥威尔一个报告,里面有一个新产品的设计方

案。这款产品是最新鲜的,业内绝无仅有的。奥威尔看到报告,眼睛为之一亮,他做梦也想不到这么高深的东西竟然出自一个职员之手。

奥威尔吃惊地看着这个职员,脸上写满了疑惑。这个职员谦虚地说:“先生,请原谅我的无纪律性,我不应该在上班时做这些工作,但我控制不住自己,因为我太喜欢它们了,它们是我的兴趣所在。”

这个职员的肺腑之言深深地触动了奥威尔的心,鉴于乔治和彼特事件的教训,他经过深思熟虑,决定实行一项新政策。这个

奖励上班时间干“私活”

新政策就是允许员工上班时间干私活,公司允许每个员工可以利用5%~15%的工作时间去研发自己感兴趣的项目。如果员工做出了贡献,还能获得公司的奖励。

奥威尔的政策大大地调动了员工的积极性,由于这种宽松的制度,越来越多的员工能够自由支配自己的时间,并且把自己的设想变成了现实,为公司开发出很多新产品。

后来,奥威尔又快马加鞭地推出一项新策略——成立风投团队,将公司员工研制出的产品商品化,鼓励他们成立自己的企业,公司在其中占有股份。

公司曾经花费5年的时间研发一种临床分析仪,但最终失败而告终。无奈之下,公司只好将这个项目交给一个员工的企业去研发,结果不到一年时间,这种临床分析仪就被研发出来并顺利推向市场。

这家公司就是成立于1802年的美国杜邦公司,一家以科技为基础的企业,经过100多年的发展,跻身世界500强企业。

允许员工在工作时间干私活,在很多公司里是不现实的事情,杜邦公司反其道而行之,收到了意想不到的效果。杜邦公司的这种做法使每个员工都变成了潜在的企业家,给公司带来源源不断的效益。

在这个竞争无比激烈的社会,很多时候,我们也可以缩小的方式来放大价值。

广告位一元出租

彭地

这是一家刚成立的广告公司,规模小得可怜,老板是一位年轻的设计师,没有太多的经验让人称道,唯有他对自己的事业充满巨大的信心。

创业初期,他没有很多的钱去争取在闹市区的漂亮广告位,唯有在闹市的周边去挖掘好的位置。但是他很快发现哪怕是周边稍稍显眼的地方,也被其他的大公司收购了,只剩下一些不显眼的地方供他斟酌。而对于这些位置,他的员工凭着职业习惯就全部否定了,他们指着旁边空着的其他广告牌说:“这么大这么好的广告位都没人租,何况我们这些人就不屑地笑了,说他不是一个做大事的人。”

他笑笑说,我还是把它拿下吧,我会想办法将它用好的。

就在他买下那些不显眼的广告位之后,圈内一片哗然。甚至有大公司直接以原价将旁边那些冷落多时的大而好的广告位转售给他,他只是笑笑说:“我是很想要的,但是没有那么多钱,只好作罢了。”于是,那些人就不屑地笑了,说他不是一个做大事的人。

很快他们要着手联系一些广告业务了,虽然员工们都很勤奋,四处奔波,却丝毫没有进展。因为没有人看好这些广告牌。无奈之下,他只好亲自披挂上阵去联系业务。

那天,他去这个城市最大的一家啤酒公司联系业务。他和广告部经理坐下来,介绍了自己广告位的情况,但那位经理一听便没了兴趣。于是他试图去说服那位经理,对方直到听得耳朵都发毛的时候,才站起来坦诚地说:“说实话,我对你的广告位根本没有兴趣,别说是20万,就是两块我也没有兴趣。”

他显然有些尴尬,但还是执着地说:“那么说,一块钱的话你就会有兴趣喽?”

那位经理笑了:“哈哈,一块钱我当然有兴趣了,但你也可能给我呀!”

一句话的成功

明伟方 黎文全

这是一家著名的公司,虽然此次招聘只有一个名额,但却有六百多人应聘,竞争的激烈程度可想而知。初试、笔试……过五关斩六将后,小路终于进入最后的复试范围。公司老总将亲自出马,一锤定音,在参加复试的五人中确定一名最终人选。

复试的内容普通得不能再普通:上午在公司参观,下午两点谈观后感。五个人都不敢有丝毫松懈,他们努力捕捉参观途中的点点滴滴,希望下午在老总面前的表现能一鸣惊人。

下午两点,他们五个人准时来到招聘的会议室。奇怪的是,老总还没有来。忐忑不安中,他们一边默默梳理自己的发言思路,一边等待老总的出现。半个小时后,老总来到会议室。气势不凡的老总踱着慢步巡视了一遍应试者,目光深沉而严厉。想着这个人掌管着今天竞争成败的“生死大权”,五个人都不得觉得一股威慑扑面而来。

这时,意外的事情发生了,他掏出合同,对那位经理说:“好!我就一块钱租给你一个月。”于是在那位广告经理的错愕未消之前,他们的合同定了下来。回到公司,员工们自然更为惊讶,因为他们从来没有想到自己的广告位就这样贱租给了别人。而他则马上安排人员将一面广告牌挂到了那些广告位上,上面只写着几个大字:此广告位一元出租。

这些广告牌在一夜之间一下子成为了这个城市关注的焦点,路过的人们都驻足观看,甚至还有好奇的人特地赶来看这个惊世之作,电视媒体也给予了极大的关注。人们议论纷纷,很多人觉得这是无聊的炒作。但就是在这样的议论当中,这些广告牌无疑获得了极高的浏览量,成为最引人注目风景。

半个月之后,那个著名的啤酒公司的广告登了上去,那位经理亲口告诉记者这一切都是真实的,他们只付了一块钱。人们惊讶不已,原来真有这么便宜的事情,进而从心底里佩服这个广告公司的惊人手笔,对他们的诚信度给予了极高的评价。甚至人们都猜测他们的背后必定有着巨大的后台,于是人们开始放心地与他们合作。

一个月后,啤酒公司的那位经理来到了广告公司找到了年轻的老板,希望能继续合作,因为他们的广告收到出乎意料的好效果。只是当他们签合同的时候,上面的标价已经成了100万了。

就这样仿佛传奇般的经历,极快的速度,让一个小小的广告公司一跃成为了全城的知名品牌,而那些广告牌也成了这座城市高价竞争的对象,因为即使广告早已升值千万倍,人们依然会谈起关于它“一元出租”的佳话。

当然,这些广告位几乎成了广告文化被保留下来,成了广告公司的教育题材,人们总是能在这上面学习到一个道理:在这个竞争无比激烈的社会,很多时候,我们也可以缩小的方式来放大价值。

大公司的会议正规而简洁,很快进入了主题。几个人针对上午参观的情况,争相发言。有的建议公司的企业文化有待进一步深化。有的呼吁公司的环境卫生不可忽视,洋洋洒洒,慷慨陈词。老总始终静静地听着,一言不发。

小路最后一个发言,他只说了一句话:“老总,你今天迟到了半小时。”在座的都一惊,认为他这样的表现无异于主动放弃竞争机会。

出乎意料的是,当天晚上,小路就接到了公司的录用通知。原来,迟到半小时到场,是老总的有意安排。

其实,小路都没想到,那天自己怎么会突然抛开早已准备好的发言提纲,很突兀地冒出那么一句话。他只是觉得:作为一个以管理严格著称的公司老总,无故迟到半小时,并且不作任何解释,是让人无法接受的。真的,有时,成功就是那么一句话,最简单最直接的一句话,关键是你敢不敢说出来。

2010年,莱姆在芝加哥开了一家名叫NEXT的餐馆,主推精致上档次的美食。然而,美味的食物并没有吸引住顾客,餐馆经营得每况愈下,到了亏损的边缘。莱姆经过观察总结,终于找到餐馆不受欢迎的原因了。

原来餐馆非常注重食物的质量,所谓慢工出细活,花在食物上的心思也比较多,不过这样一来花费的时间就比较长,而让顾客等得久了,他们的满意度就会大打折扣。而且餐馆的食物比较上档次,价格上也比较贵,因此不少的普通消费者都止步门外了。再加上餐馆位于繁华地段,店租昂贵且竞争激烈,它的优势并不明显。

这几个难题,莱姆一直都没办法解决。直到有一天,他在订票看电影的时候,突发灵感,能不能像经营电影院一样经营餐馆呢?

莱姆经过详细地分析研究,觉得这样做有很多优点,例如:顾客按时间到来后,餐馆已经把菜弄好,他们不用等待;餐馆可以根据订票量集中采购食材,降低采购成本,减少浪费;不用靠店面人流,完全可以把餐馆开在租金非常便宜的地方。

于是,经过一番精心的准备后,一种全新理念的餐馆面世了。餐馆分为2人桌,4人桌,6人桌以及7到10人的包间,价钱根据时间和位置有所不同。餐馆的菜是不能随意的,餐馆会根据食材邀请大厨主厨,每隔一段时间会推出一个主题的菜单,感兴趣的顾客可以下单。如果因为有事而不能前去就餐的顾客,还可以转让餐票。餐馆还像NBA球场一样,提供了年票的选项,客人只要一次付费后,可以全年在预定时间里进入餐厅用餐。

餐馆经营成本低,因此美食虽然比较高档,但是价格比较低,可以说,用三星的价钱就可以吃上四星的美食。物美价廉加上新潮等因素,使得NEXT餐馆赚了人气,自开业以来,经过4年的时间,这个餐厅已经接待了两三万的客人,回头客还非常多,可以说是越做越火。

如今,成功的NEXT餐馆已经激发了很多效仿者,引领了一股餐馆创新经营的潮流。

用电影院的模式来经营餐馆,看似不靠谱,实际上是一种创新思维。而善于运用创新思维,往往能达到出奇制胜的效果。

近来,朋友接了一笔大单子,从一个不起眼的小广告公司,摇身一变成为与知名房企独家合作的大公司。

我很好奇这位朋友的成功秘诀,起初以为他有特别的关系,直到他给我看了一则微信后,我才恍然大悟,微信的内容是这样的:

之前某某活动的广告费用,拖了很久,今天才结算下来。你是唯一没有催我们费用的客户,感恩理解,希望后期继续合作……

朋友的意思是,如果他们有意愿给,一定会给的,不用催;一时没给,可能确实遇到了什么困难。如果没有诚意给,催也没有用,这钱就当打水漂了,吸取教训。

朋友的话让我感慨良多。现代社会,节奏很快,大多数人急功近利,人与人之间也缺乏必要的信任,导致“催”成了一种常态。比如叫个外卖,稍微耽误一分钟,“催”!比如网购,稍微耽误两天,“催”!比如项目款项,稍微耽误一段时间,不行,“催”!在一次又一次的夺命连环call中,人与人之间的距离越拉越远,人与人之间的信任也愈发淡薄。

其实,“不催”也是一种美德。

首先,不催是一种信任。正如我那位朋友所言,如果有诚意给,一定会给的,只是早晚的问题;如果没有诚意,也只怪自己看走眼,催也没有用。古人云:“疑人不用,用人不疑。”与人合作,又何尝不是如此?既然选择了合作,就应该充分信任,以使合作的效用最优化。在信任的前提下,另一个好处是,即使对方食言,也可以充分反省自己,而不至于陷入抱怨的深渊。

其次,信任是一种宽容。相信,这个社会上毕竟是好人多,坏人少,大部分人都是真心诚意合作办事的。如果一时没有及时履行承诺,可能真是遇到了一时难以解决的难题。不然,谁也不想失信于人,毕竟失信的代价是很大的。那么,作为合作方,是否应该给予对方更多的理解,更多的尊重,而少一些无良的催促呢?

最后,不催是一种温情。当对方陷入困境的时候,适当给对方留点空间,留点余地,让对方在无压力的处境中专注于自己的事情。相信对方在渡过难关后,一定会加倍地报答你。

与人合作,“不催”是一种信任,是一种宽容,也是一种温情,更是一种美德!

经营方法

导游图手帕

吴鸣

地处东京闹市区有一家专门经营手帕的商店,因为附近开设了一家超级市场,那里的手帕花样繁多,种类齐全,应有尽有。使得这家小小的“夫妻店”根本无法与之竞争,生意一落千丈。到店里问路的人倒是不少,但一般问完路就走。

妻子发了一阵感慨后说:“难道我们开这家店,只是为了当一个业余的路径咨询员吗?我们能不能想想办法呢?”

“什么?我们是业余的路径咨询员?”丈夫眼睛突然一亮,脑子里很快闪过一个念头:“不,我们要当职业的路径咨询员!”

“怎么?你疯了!你要离开小店,去当导游吗?”

“我没有疯,我终于想到办法了!”店主高兴地喊了起来。

原来店主是这样设想的:手帕上印有山



水、花鸟以及各种图案和花样,这些只有审美和观赏价值,但并无实用价值。既然到小店来问路的人很多,何不入手帕上印上当地的导游图,既方便顾客,又利于推销商品,还可以得到厂商的重视和青睐,真可谓是一石三鸟的好办法。

店主立即将这个想法付诸实施,到手帕厂定制了成批印着东京交通图及有关风景区导游图的手帕,放在小店出售。从此以后,这家“夫妻店”的生意兴旺起来了。

听完向导的解说,一行人一路上谈论最多的,却是百岁兰的长寿。同行中有位老者突然说道:“其实,百岁兰既张扬又低调的生存能力,才是我们最该学习的地方。”老者的话让我顿悟。俗语说,低调与张扬是两种截然不同的生活态度。这两种态度可能在一生中交替出现,只是从整个人生来看,有些人侧重于低调的生活,有些人侧重于张扬的生活。它体现的是一个人的性格与修养。

由始至终的低调,会让你默默无闻,会让你恃才但无用武之地,会让你的生活一片灰色。适当在低调中张扬一下,会让你的生活起波澜,会让你低调得很有个性。诸葛亮能在刘备的“三顾茅庐”下出山,抓住机遇,让自己的才能发挥到极致,这不能不说他对低调与张扬拿捏得恰到好处。

张扬有时在人生中显得尤为重要,当你有真本事而没有人知道时,张扬会帮助你把自己推销出去,让你有机会遇到你的“伯乐”,从而有机会展示你的才智。但生活中过于张扬,不分时间,不分场合,那你招致的将是祸患。所以,张扬也要有度。

百岁兰的生存哲学警示我们,只有低调与张扬完美结合,人生之路才能走得稳,走得对。

低调与张扬

石峰

曾经在安哥拉的沙漠中,见到过一种神奇的植物。它两片硕大的绿叶淡定地躺于砂砾之上,与平时熟知的沙漠植物大相径庭,诸如骆驼草、仙人掌之类,为了活命,绝不敢拥有如此硕大的叶片。这种植物的张扬,让我感觉不可思议。

向导说,这种神奇的植物叫百岁兰,又称百岁叶、奇想天外、二叶树,因其寿命长达百年而得名。百岁兰之所以敢拥有硕大的叶片,归功于它那隐匿于地下的发达根系。主根又直又粗,可达3~10米,所以充分地吸收地下水并非难事。而且百岁兰虽身处沙漠干旱之地,可那里离海并不遥远,大量的海雾飘到沙漠之上,冷却的雾气会重重地落下来,这也为百岁兰提供了源源不断的生命水源。所以百岁兰在荒芜的沙漠中,才可以生长得如此张扬。

然而,百岁兰又有其低调的一面。它茎虽粗,但从来不长高处长。周长4米的茎,可高度不过10厘米,看上去就像一个矮矮的树桩。叶子虽然大,可从不会高傲地抬起自己的头,即便大风吹过,它也只会牢牢地贴着地。百岁兰这样做,是为了阻止风对土地的侵蚀,维持叶下地面的温度不升高,湿度不降低,从而有利于自己生存。



卖门票的餐馆

钟芥

有一种美德叫「不催」

风来