

企业楷模

埃迪的这次会议非常奏效,因为他知道,只有当他的经理们切身体会到顾客的感受后,他们才能真正理解顾客,也才会被真正触动。

史蒂夫·古迪尔 / 文 尹玉生 / 译

美国东方航空公司总裁埃迪·里肯巴克遇到了一个大麻烦。很多顾客投诉:东方航空公司在行李运输过程中出现差错频率太高,行李延误、破损、丢失等事件时有发生。东方航空公司虽然采取了一些纠正措施,但效果差强人意。

为了解决这个问题,一天埃迪突然下令,通知公司各管理部门的经理立即动身前往迈阿密,隔天早上他将在那里召开一次重要会议,任何人不得请假、迟到。他同时告知每位经理,行李会在他们到达之后送到旅馆房间。

那时正值酷暑,经理们住的旅馆非常简陋,没有空调和餐馆。更让他们愤慨的是,行

真正的理解



李没有按时送到,洗漱用具、换洗衣物、垫肚子的食物全都没有。他们在那里度过了难熬的一晚。

第二天早上,经理们纷纷赶到了会场。他们胡子没刮,牙没刷,衣服又脏又湿。正当这帮饥饿难耐、狼狈不堪的经理们愤怒斥责铁路货运部门服务效率太差的时候,他们接到了通知,行李运来了。他们蜂拥来到行李车旁,然而所有行李都没有贴任何标签。一阵忙乱之后,他们才找到各自的行李,却发现有的包裹被划烂弄脏,有的器皿被碰破。抱怨、指责声顿时响成一片。会议开始,埃迪面对与会经理们说了这样一番话:“你们不要再抱怨铁路货运部门,这全是模拟我们东方航空公司的货运服务!你们现在的感受,就是东方航空公司顾客的感受。你们只不过忍受了一个晚上,而我们的顾客一直都在忍受!”

埃迪的这次会议非常奏效,因为他知道,只有当他的经理们切身体会到顾客的感受后,他们才能真正理解顾客,也才会被真正触动。

李丽刚毕业就因为成绩突出进入了一家当地知名企业,和李丽一起进入公司的还有很多重点院校的毕业生,但李丽的优势依然很明显。

因为很快就适应了工作,李丽被分配到了业务部做跟单助理,她是一个有耐心的女孩,因此工作很快就上手了。

虽然李丽很有耐心,业务部的工作却并非那么容易处理。有一次,李丽因为给一个客户发快递迟了半天,最后被这个客户骂了整整三个小时。刚挂上电话,李丽就伤心地哭了,这还是李丽长这么大第一次被人这样长时间地骂……

李丽的哭声引起所有同事的注意,好多同事都围了过来安慰她。李丽哭着把被客户骂的事告诉了大家,所有的同事都开始批评这个客户,有同事说这个客户骂人是经常的,公司里业务部好多同事都挨过这个客户的骂。

就在同事们围着李丽七嘴八舌的时候,公司老总出来了,原来老总在办公室里听到了外面的动静。老总在了解事情的经过后,什么也没说,只是让大家散开了去工作,然后把李丽叫进了办公室。老总先是安慰了一下李丽,然后又特地打电话给这位客户,最后很严肃地挂上了电话。

原来,由于李丽给客户发快递迟了半天,结果导致客户到国外送样品的推迟,最终影响了整个生产的计划。李丽听完了老总的解释后,才知道后果的严重性,不过老总也没有批评李丽,只是告诉李丽以后要按时给客户送货。

李丽从老总办公室出来的时候,心情好了很多,又把所有的精力投入到工作中,很快李丽的业绩就有了很大的提升。在年底的时候,由于业务部扩大,又成立了一个小组,所有的人一致推荐了李丽担任小组长。

李丽也自认为这个小组长非自己莫属,可是让所有人没有想到的是,最终结果却是另一名平时很不起眼的同事担任了小组长。李丽并没有把这件事放在心上,以为只是自己刚到公司,资历不够。可是让李丽没有想到的是,在接下来的几年里,比自己迟进公司的同事都升职了,唯独自己却一直在原地踏步。李丽对此很是不解,论工作能力自己一点都不差,自己的业绩也算是遥遥领先,为什么自己却升不了职呢?

在一次偶然的聚会中,李丽通过老总的秘书知道了原因,原来就是自己当初在办公室的那一次哭泣给老板留下了不好的印象,好几次当部门主管推荐李丽升职的时候,老总都会说李丽过于脆弱,不适合担任领导,因此李丽的升职就这样一直耽搁了下来。

李丽这才明白了,原来正是当初那不经意间的一哭阻挡了自己的升职路,李丽考虑再三最终跳槽到了另一家公司,自此改变心态,很快,李丽升任为部门主管。

职场不相信眼泪,在职场轻易流泪并不能解决问题,职场中有情绪可以发泄,可是发泄的地点、时间、方式却很重要,如果方式不当,就会像李丽一样被贴上脆弱、没有领导能力的标签。

别让你的眼泪在职场飞

叶玉霞

管理之道

“启名焊枪”和“晓玲扳手”

徐志恒

“启名焊枪”和“晓玲扳手”的创造者李启明、杨晓玲,都是海尔集团的一线普通工人,

他们身上最可贵的一点是干一行就钻研一行,干好一行。在普通岗位上他们努力钻研,发明了一种可以大大提高质量和效率的生产工具,在平凡岗位上作出了不平凡的贡献。

这一措施大大激发了普通员工在本岗位创新的激情,后来不断有新的命名工具出

现,员工们都以此为荣。“命名工具”的做法在海尔一直沿用至今。

但最初海尔宣传“人人是人才”时,员工反应异常平淡。他们想:“我又没受过高等教育,当个小工人算什么人才?”但是当海尔把一个普通工人发明的一项技术革新成果以这位工人的名字命名,并且由企业文化中心把这件事作为一个故事登在《海尔人》报上,在所有员工中传开之后,工人中就很快兴起了技术革新之风。这种故事的传播,对企业的稳定和发展起了十分重要的作用。“命名工具”是充满活力和追求卓越的人的内在激励。

一份早餐值百万

阿健

一个阴雨绵绵的早晨,瑞士一家大酒店的电话比往日少了许多。负责客房事务接待的琳恩娜走进办公室,把前一天的几份订单装订成册,然后,回复了两份传真。10分钟后,她想,是不是要下楼吃份早餐呢?那天,她走得太仓促,还没来得及吃早饭。犹豫了几分钟后,她起身离开接待室。

20分钟后,琳恩娜返回酒店,一切正常。她不知道,有一桩200万美元的生意就这样飞了:就在她离开的时间里,电话铃声响过两次,因无人接听,这桩生意旁落他人之手。两

个月后,美国一家跨国公司为期15天的销售年会在瑞士另一家大酒店召开。无论设施,还是口碑,这家酒店都与琳恩娜所在的酒店不相上下。

“美国客户为什么选择那家酒店?他们怎么没有向我们咨询?”琳恩娜所在酒店的老板很不甘心。经多方面了解,终于弄清了原因,美国公司在瑞士初步选出几家酒店。琳恩娜所在的这个酒店,因无人接听电话,被淘汰出局。为了严明酒店制度,老板辞退已经为酒店服务近6年的琳恩娜。

你不可能知道事情会在什么时候发生,唯一的办法就是在上班时间坚守在岗位上。

慢胜过快

边庆祝

巴依老爷和阿凡提分别开垦了一块地。巴依老爷就迫不及待地种上了果树,他不停地催促园丁们勤撒农药多施肥。果然,他的果园在第三年就获得了大丰收。而阿凡提却任凭自己的园子荒废,野草疯长,鸟兽嬉戏。巴依老爷嘲笑道:“阿凡提真是一个又蠢又笨的懒汉!”第四年,巴依老爷为了提防虫害,继续命令园丁们喷农药施化肥。他的果园又获得了丰收。而阿凡提却在园子里养起了奶牛,种上了小麦、玉米等农作物。巴依老爷偷笑道:“阿凡提真是一个不务正业的傻瓜!”

始逐年上升,但他的果园土地已经开始硬化。而阿凡提从第三年开始,终于在果园里种上了果树,但他坚决不施化肥,而是全用牛粪堆肥。去草不用除草剂,而是用手拔草。

几年后,巴依老爷的果园产量惨淡。而阿凡提的果子却卖上了大价钱,而且奶牛产出的鲜奶也同样是供不应求。人们纷纷追问阿凡提成功的秘籍,阿凡提笑着说:“农作物喂奶牛,产出高品质牛奶。奶牛产生牛粪,正好改善果园土质。果园土质好了,又使绿色无污染果树获得了大丰收。这样的良性循环就叫‘种树之前先养土,养土之前先做人’啊!”想想快人一步的巴依老爷没想到被不紧不慢的阿凡提全面赶超,他泄气地耷拉下大脑袋。

经营方法

“这个广告牌看似无聊,其实背后蕴含着无限营销智慧。”

打哈欠的广告牌

宝古

近日,巴西圣保罗各地铁站出现了一个有趣的巨型广告牌。

广告牌上除了一个满脸络腮胡的男子外,旁边一片空白。男子除了眨眼睛,面部表情几乎全无,似乎懒得动弹。过一分钟,男子才慢慢张嘴,张大、张大、再张大,然后痛快地呼出一口气——哦,他在打哈欠。可哈欠打完,男子又恢复原状,除了眨眼,还是一动不动。

谁这么无聊在地铁站竖立一个只会打哈欠的广告牌?它能起到什么宣传作用?更让人觉得好笑的是,男子的哈欠一打就是三个——隔一分钟打一个。站在地铁站等车的人,有人好奇,有人不解,有人不屑。唯一相同的是,看到广告中的男子打哈欠,乘客全都不由自主地跟着打起哈欠来。

不过,男子三个哈欠过后,大家都笑了。这时,大家的态度几乎都会从原先的好奇、不解和不屑统统转变成佩服。很多人都说:“这个广告牌看似无聊,其实背后蕴含着无限营销智慧。”

的确如此。这个只会打哈欠的广告牌,其实是巴西著名的咖啡品牌贝利特意打造的。前不久,贝利咖啡承揽下圣保罗多个地铁站的广告位,准备打造一批特色的广告牌。负责这次广告活动的,是贝利咖啡的一名营销主管罗丽莎。罗丽莎花几天时间到地铁站观察,初步定下营销计划。她的想法是,营销团队在地铁站安营扎寨,每天分几个时段冲

调好咖啡送到乘客手中,让他们免费品尝,从而推广品牌影响力。

可她同时也发现,贸然邀请乘客品尝咖啡很不礼貌,绝大部分人面对邀请不会理睬,自然也不会去喝咖啡。要用什么样的方法去唤醒顾客,让他们主动想到喝咖啡呢?

罗丽莎想到了打哈欠。前不久,她在一本杂志上看到关于打哈欠的趣闻:美国纽约州立大学心理学博士史蒂芬·普拉特克研究发现,人们想打哈欠,通常是因为感觉到疲倦,想释放一下压力。打哈欠在人群中极易传染,约有70%的人看到其他人打哈欠后也会跟着打哈欠,因为大家都想跟着放松放松。

罗丽莎觉得,疲倦的状态和喝咖啡最能联系在一起。于是,她利用哈欠效应打了一个独特的广告。当然,地铁站的那个广告牌不单只有男子打哈欠的画面,它还包含另一个重要的信息。男子三个哈欠过后,广告牌的画面更换了,一杯热气腾腾的咖啡冒出来,跟着,出来一行字幕:打哈欠了?咖啡时间到,贝利咖啡邀您免费品尝。

别以为广告只是说说而已。这个时候,轮到驻扎在地铁站的贝利营销人员出场了。她们端着一杯杯刚冲好的贝利咖啡,走到那些刚打完哈欠的乘客面前,热情地邀他们品尝。

换作是你,刚打完哈欠,你会拒绝面前这杯热气腾腾、香浓可口的品牌咖啡吗?你不会拒绝,地铁站的乘客也不会拒绝。于是,罗丽莎的推广目的达到了,她让更多人记住了贝利咖啡。



Public service announcement for COVID-19 prevention with text: 众志成城 抗击疫情, 戴口罩 勤洗手 多通风, 少出门 不聚集 不接触.