

企业楷模

公司应该使员工快乐,因为员工快乐了顾客才会快乐,而顾客快乐了才会成为回头客,生意人气才会两旺,股东才会快乐。

星巴克:快乐回报

■ 陈晓萍

星巴克公司的人文管理也是独树一帜,是它成功的关键之一。星巴克自 1971 年从一家店开始,发展到今天的规模,与它高质量的咖啡产品和品牌分不开,更与它独特的公司文化和人文管理紧密相关。与大多数公司信奉的“投资回报 (Return of Investment)”理念不同,星巴克信奉的是“快乐回报 (Return of Happiness)”原则。其逻辑是:公司应该使员工快乐,因为员工快乐了顾客才会快乐,而顾客快乐了才会成为回头客,生意人气才会

两旺,股东才会快乐。让员工快乐的重要一环是优厚的福利待遇。在星巴克,虽然很多员工是小时工,公司依然给他们股份,戏称“Bean Stock”(咖啡豆股)。此外公司还将优厚的医疗保险计划延伸到员工的配偶,包括同性配偶。星巴克提倡开心平等的团队工作文化,所有为星巴克工作的人,尤其是新开店的员工,无论他们在哪个国家,都会被送到西雅图培训团队合作的技巧,体会团队成员磨合的过程。星巴克善待员工的结果换来的亦是员工的忠诚敬业。在这个员工离职率极高的行业,星巴克的员工离职率只有 13%,不能不说是个奇迹。



经营方法

用心,才会抓住机会,玩转市场。

南方,每年 4 月是辣椒的黄金销售期,过了 4 月,辣椒的价格就会一落千丈,很多卖不出去的辣椒烂在地里都没人要。而广西的刘治海 2012 年底却放出狂言,他要把烂在地里的辣椒卖出大价钱。

有人说他吹牛,他不反驳,而是默默地做起了一件事:给辣椒盖塑料大棚。有人又讥笑他:广西不是北方,冬天气温都不低,没见过盖蔬菜大棚的,盖大棚纯粹是多此一举。

他不听风言风语,依然我行我素,给 800 亩辣椒全部盖上了塑料大棚。而且,2013 年 4 月中旬,黄金销售期还没过,他的青辣椒就不再采摘,一个也不卖了。4 月一过,雨季来临,由于高温高湿,那些没盖大棚卖不出去的辣椒淋雨后很快就烂掉了,而他的辣椒因为盖了大棚就幸免于难。他照旧不急着急采摘,而是耐心等待时机。

5 月,青辣椒变成了红辣椒,他开始雇人全面采收,早已得知消息的经销商蜂拥而来。结果,4 月份青辣椒的价格一般是 1.6 元,最好的也不到 2 元钱 1 斤,而往常这些烂在地里都没人要的青辣椒变成红辣椒后价格能升到了 5 元钱 1 斤。800 亩红辣椒,能多赚多少钱就不言自明了。

原来,刘治海早就看出了商机。每年的 5 月,市场上的红椒都是从越南进口的,而且供不应求。所以,他不是心血来潮,而是看准了市场才盖起了大棚,等到青辣椒长红。



等青辣椒变红

■ 赵盛基

最高的成就从“时间”开始

■ 文炯振

在三星公司内部,有一个令人印象深刻的真实案例。

一位南美分公司的派驻主管任职长达八年。一般主管晋升,只需要四年的时间,即使在审查中被刷掉,通常也不会超过六年。这位主管无法升迁的原因究竟是什么?原因出乎意料的简单。

曾经有一位副总前往南美出差。为了迎接副总,从南美分公司的负责人到基层员工,无不进入做好各种汇报准备。而副总真正抵达后,问题却出现了。

抵达当天,所有人开心地参加欢迎晚宴。隔天为了与客户开会,必须于早上八点出发。但隔天一早,派驻主管却因前晚饮酒过量而迟迟没到,且与客户开会需要的资料都在他身上,副总一行人陷入无法提前出发的窘境。无法遵守与客户约定的时间,可说是非常大的致命伤。终于,派驻主管在三十分种后现身,而第一天与第

二天的陪同行程也都勉强结束了。

但是问题并没有就此停止,第三天派驻主管必须陪同副总一行人前往机场,然而任谁也没想到,引发这么大风波的派驻主管,竟然又会再度迟到迟到了三十分种。第一次迟到是因为喝酒,第二次的原因就不得而知了。

任职第五年的派驻主管,因此在该年度的升迁审查中出局。隔年,分公司负责人将他放入升迁名单中,被吃了苦头的副总盖上“退”字,第六年依然不得升迁。直至八年后,他调回总部,不过这也是在副总调往其他事业部门后,才得以升迁。

仔细想想,没有比守时更简单的事了。守时不需花费金钱,也不需要过人的业务能力,更不需要缜密的脑部思考。这么简单的事都无法办到的人,要说可以得到极大的成果,那真是天方夜谭。

最高的成就系于“时间”,这点请务必铭记在心。

情感的作用

■ 许扣锁

科研人员做过一个实验:把一个电极安装在小鼠的大脑中,电极的连接点可刺激大脑产生“愉快”的情绪,电极是由一个小老鼠能够得着的踏板来启动。偶然之中,小老鼠踩到了踏板,体会到了一次“愉快”的情绪。只一次,小老鼠就变得一发而不可收,一天要踩上几千次踏板,累并快乐着。

这就是心理学上所说的“情感规律”。而寻找愉快情感是一种强大无比的推动

力,小老鼠如此,人更是如此。

商家希望人们买他的羽绒服,便会在电视里投放以下的广告:先描绘一个幸福、温暖的家庭;然后,——特写家庭成员穿着的各色羽绒服;接着在欢声笑语中及时推出羽绒服的牌子。广告经过一段时间的播放,人们渐渐感到幸福生活与穿着这款羽绒服有关,于是就对这款羽绒服产生好感,等到去商场购买羽绒服时,尽管眼前有十几款羽绒服可供选择,但是看过电视的人基本上不需多加考虑,就会选择广告上介绍的那款羽绒服,这就是情感的作用。



落后也是卖点

■ 郝金红

2011 年,法国《焦点》杂志最新的一份世界财富报告显示,位于法国东南部、面积仅 2.5 平方公里的小村子卡普·费拉是目前全球第一贵村。全村建有别墅 500 座,且每座的造价都在 700 万欧元以上,这些别墅的拥有者中,有比利时国王、法国总理、摩纳哥亲王,也有像艾玛·沃森、克里斯汀·斯图尔特这样的演艺界巨星。

但是,50 年前的卡普·费拉还是一座非常落后的古村落,是什么让它甩掉贫穷的帽子成为世界第一富裕村呢?

50 年前的卡普·费拉交通闭塞,全村没有一条公路,要想出去,必须翻过好几座山,走上六七个小时才能坐上车。不仅如此,卡普·费拉几乎找不出什么能卖钱的东西。虽然这里有参天的古木、清澈的泉水,但由于受到交通的限制,全都运不出去,村民们的生活自然无法改善。

有一天,村长德劳尔沿着村子往外走,看到落后的古村落,他感到很痛心。怎样让大家快速富裕起来呢?他走到一片山脚下,突然想起,在里昂旅游公司工作

的儿子曾说过,现在都市里的人们都喜欢到乡下度假,尤其是那些古朴、原始的村落最受欢迎。德劳尔村长想,我们这里虽然落后,但落后不正代表着古朴和原始吗?再说了,这里自然风光美丽,最适合休闲度假了!我们何不把“落后”当作商品卖出去,来改变村民的生活?

在得到村民们的支持后,德劳尔村长组织全村人用一年的时间,修通了一条通往外面的公路。紧接着,他们又从银行贷款,请广告公司拍摄了一个专题片,专门宣传卡普·费拉旖旎的自然风光与原始古朴的生活方式。

很快,卡普·费拉在全法国声名鹊起,尤其像巴黎、里昂这些大都市的人们,为了一睹这里“落后”的风采,从四面八方云集到这里。一时间,卡普·费拉成了全法乃至世界各地游客最向往的旅游度假区之一。经过几十年的发展,这个落后的小村落,一跃成为全法国最昂贵的旅游休闲胜地,而这里的村民,也摆脱了昔日的贫困,走上了一条靠卖“落后”而致富的道路。

在思索者的眼中,落后不再是缺点,而是可带来滚滚财源的亮点与卖点!

其实从客户需求来讲,只要把握好了核心需求,越是简单的提案,越能被完美执行。

复杂让你事半功半

■ 黄欢

以前,我一直把执行力不足怪罪于现今职场新人的勤奋度不够、敬业心不足,但如今回想起来,实在是我老拿要求自己的标准要求别人,认定唯有高标准、严要求才能帮助他们从千军万马中脱颖而出。我忘了并不是每一个人都能脱颖而出,也并非每个人都有意愿脱颖而出。

一个员工曾跟我说:“客户都已经通过了的东西,你却仍不断要求我们改,但其实每个人的审美都不一样,你所谓的更美很可能也只是你个人的看法,但那每一点的提升都意味着我们今天又要加班。”

过去我从未觉得这么做有什么不对的,正是我这种对出品精益求精的态度为我们赢得了尊重。但现在我明白了:我可以用这个标准要求自己,但非要以同样的标准去要求在公司拿着微薄薪资顶着巨

大压力的普通员工,这会让大家的不满意率不断增高。

虽然熬过来的员工日后的确非常有竞争力,但如果大部分的人都熬不过去或者不想受这种煎熬,公司人员流动频繁,必然造成核心竞争力和执行能力的下降。身为领导的我,不断培养新人,疲惫不堪,常常挽起袖子亲身上阵不说,内心也常常会觉得沮丧。

若我当年早点明白这番道理,更智慧地重新梳理我们的提案程序和过案标准,让一切更简单,让员工更容易获得赞美,那么他们的效率会提高很多,也会更有热情地去应对客户。

其实从客户需求来讲,只要把握好了核心需求,越是简单的提案,越能被完美执行,并在多个城市复制。越来越多的案例向我们揭示:简单有效的创意力+整齐划一的执行力,远比华丽复杂的创意+困难重重的执行方案受欢迎。

对于这次特殊的招聘,“玻璃大王”曹德旺给出的理由是:职场上的机遇,永远只属于那些有心而且有准备的人。

餐桌上的招聘

■ 郝金红

“玻璃大王”曹德旺的福耀集团要招聘一名财务主管。经过层层面试,有甲、乙、丙、丁四人进入最后一关,他们将接受总裁曹德旺的亲自考核。

这天,曹德旺让助理通知四人来公司面试。从早上 8 点,一直等到 11 点多,四名应聘者竟然都没见到曹德旺的人影。眼看就要到吃午饭的时间了,四个人早已饥肠辘辘。这时,只见曹德旺疾步走来,冲他们笑笑说:“真是对不起,上午会见了一位客户,所以耽误了大家的时间。这样吧,中午我请大家吃馄饨,就算我向大家赔不是!”

四个人随曹德旺来到公司外面的一家小吃店,曹德旺让店家端上了 5 大碗热气腾腾的馄饨。大家的肚子早就饿了,闻到香喷喷的馄饨,也就不管不顾了,一个接一个狼吞虎咽地吃了起来。

一刻钟不到,四个人就吃完了各自碗里的馄饨。这时,曹德旺也吃完了,他放下筷子问四个人:“你们吃饱了没有?”四人



一起点头:“饱了,饱了!”“那好,”曹德旺呵呵一笑,“请问大家,你们刚才各自吃了多少个馄饨?”

四人没想到曹德旺会问这个问题,其中的甲、乙、丙都摇摇头:“刚才只顾着吃了,还真没数。”只有丁站起来说:“我一共吃了 22 个馄饨。”“嗯,很好!”曹德旺的脸上顿时变得严肃起来,“这就是今天的考核题,我想说两点:第一,作为一名企业员工,能不能领会老板的意图是很重要的,我今天带你们出来吃馄饨的目的是什么?你们四个人中只有丁领会到了;其次,作为一名未来的财务人员,要始终保持对数字的敏锐嗅觉。但你们这顿吃了多少个馄饨,也只有丁说得出来。所以,我不得不告诉你们,最后被录用的是丁!”

满足美国家庭的需要而生产的,在每一个细节上都考虑了美国人的需求,比如,车内没有能冷藏并安放玻璃瓶的箱子,这是因为美国男士喜欢喝玻璃瓶装的饮料,不喜欢喝纸盒装的饮料。

丰田公司将这种车型在美国推出后,在报纸上刊登了美国家庭的研究报告,并向蒙在鼓里的美国家庭道歉,同时也对他们表示了感谢。

可见,当小事情被明智而有远见的人发现时,小事情的价值就可以充分地体现出来。

小事情的价值

■ 李嘉维

丰田公司的一个日本员工,借学英语的名义到一个美国家庭居住。让美国人觉得奇怪的是这个日本人除了向他们学习英语之外,还每天做笔记,笔记的内容包括美国人生活中的各种小事,比如吃什么食物、看什么电视节目等。

三个月后,来学习英语的日本人走了。此后没多久,丰田公司推出了针对美国家庭的旅行车,这种旅行车完全是为了