

企业楷模

相对于那些高管，扎克伯格总是秉持着长远的发展眼光。他在努力为 Facebook 打上一个清晰的标签，那就是“有趣”。

■ 李晓林

在 Facebook 的页面下方有一个小方框，经常显示某部电影的简短台词。扎克伯格非常喜欢看电影，于是就想到把一些寓意独特、个性另类，甚至莫名其妙的电影台词放到 Facebook 上。比如：“我甚至都不知道鹤鹑长什么样。”这些台词自然引起了很多的关注，大家竞相讨论台词的意思，虽然有些话说得太离谱，甚至南辕北辙，却营造出一种兴趣盎然的气氛。

在 Facebook 的页面上，还有一个叫“Poke”(中文意思是“捅一下”)的小按钮。我们点击该按钮，对方就会收到显示被捅了一下的信息。这一操作不乏暧昧气息，吸引到了很多青年男女争相使用。这也是其在年轻人中迅速走红的重要原因。

尽管受到了合伙人方面要求早点产生收入的压力，但在很长一段时间内，扎克伯格都坚持只要拥有维持网站正常运转

Facebook:有趣比赚钱更重要



营的资金,Facebook 就会全力保持其趣味性和用户至上等特征。他不止一次强调:“今后我们会以出售广告来盈利,但既然目前提供的服务如此廉价,我们可以选择在近一段时间内不走商业化。”为了做到这一点,他甚至把广告商拒之门外。

2006 年,雪碧换新包装后,曾提出一项高达 100 万美元的推广计划,需要 Facebook 将主页从蓝色变成绿色。对于扎克伯格来说,这只需要动动鼠标就可以做到,但他还是拒绝了。除非是用户需要,他从未打算为了商业目的而改变自己的产

品。

还有一次,合伙人打算尝试改变 Facebook 申请新加好友的程序,增加一个过滤网页,目的就是让用户看到广告。但扎克伯格对此极力反对,即便受到冻结公司账号的威胁,他仍然坚持为用户提供一个简单进入的通道。

正是由于这种远离过度商业化的经营理念,Facebook 在最初的起步阶段受到了广泛好评,并迅速成长起来。

当然,扎克伯格之所以能够坚持做到这一点,还有一个重要原因,那就是他

靠着自己的智慧很快就获得了投资方的信赖。他们不仅提供给扎克伯格充裕的资金储备,还没有催着他马上盈利。试想一下,假如投资方对扎克伯格缺乏信心,不能等待 Facebook 慢慢长大,那么它的结局就很难预料了。不过,所有这些都没有发生,扎克伯格出人意料地在这个市场中活了下来,单从这一点上说,谁也不得不承认他是个幸运儿。

如果我们把扎克伯格的“有趣”,简单地理解为年轻人强烈的好奇,那就大错特错了。事实上,扎克伯格把个人的有趣推而广之,与所有人的有趣进行了巧妙的连接,从而使 Facebook 在最短的时间内获得了最大限度的认可。这正是扎克伯格的过人之处。

经营必然以赚钱为目的,对此扎克伯格心里比谁都清楚。然而,在赚钱和有趣之间,扎克伯格找到了内在的平衡统一。在这一点上,他的合伙人莫斯科维茨一语中的:“马克想先把产品做出来再说,尽量推迟把重心放在创收上。而他们(其他高管)则想确保这是一家赚钱的商业公司。”

相对于那些高管,扎克伯格总是秉持着长远的发展眼光。他在努力为 Facebook 打上一个清晰的标签,那就是“有趣”。细心的人们会发现,即使在演讲时,扎克伯格都不自觉地把“有趣”挂在嘴边,让人们觉得这个二十几岁的男孩竟与亿万财富连在一起,这实在是太有趣了!

管理之道

其实很多事情都需要打破常规的局限,才能施展得更好、更完美。

迈克是苹果公司总部人事处的经理,算是公司元老级的人物了。然而,随着近两年来手机市场的激烈竞争,迈克也深深的体会到了自己身上的压力和培养技能人才的重要性,所以迈克时不时的给员工施加压力,并将工作时间提升到了平均每周工作 55 个小时。

在麦克看来,他的人事管理工作已经做到了完美至极。然而,最近发生的几起事件让麦克始终不得其解,先是技术科的安娜竟然在上班期间唱起了摇滚乐,弄的整个技术楼的员工都停下了工作,听起了歌。再者是质量验收组的凯蒂斯竟然在办公室的桌子上练起了书法,书写中的凯蒂斯显得一脸轻松和自在,看上去美妙至极。

迈克觉得这些人简直太不可思议了,无组织无纪律,这样的员工决不能留在苹果公司做事。于是他便向上级领导反映,想对涉事的员工进行严厉的处罚。结果他的想法被领导直接否定并说:他们不遵守公司制度,但是他们在有限的时间内都完成了自己的任务,而且都很出色,说明这样的工作方法效果会更好,我们不妨为此开设一间教室,专门供公司的员工练习书法或者干一些与工作无关的事,也许工作的效率会更高。

很快迈克开始着手此事,与相关人员设计好了实施方案,在公司厂房里建立起了教室,工人们可以在这里接受很多免费的课程教育,比如:计算机技能、图形设计、英语和人力资源管理。每个教室都配备了苹果电脑和视频会议设备,并提供装有类似 SEED 相关课程的 iPad 设备。我们还在移动设备上提供关于工作职能、生活技能和金融知识的短期课程和测验。

短短的一年时间里苹果公司在全球的 23 个工厂设立了 48 间 SEED 教室,设置了不同的学习班。苹果公司的这一做法也吸引了不少市民的关注,很多人都认为苹果公司的这一做法看起来像是个奇怪的课程学习,但这样的减压方式让苹果公司的工作效率得到了前所未有的效果。

正如,苹果前首席执行官所说:干任何事情都不能圈在一个圈子里,我们应该突破圈子的局限,在同样的时间里,收获更多的东西。现在苹果公司的这一做法不仅可以缓解员工的压力,还可以净化心灵,让浮躁和喧嚣远离工人,让工作的效率和效益得到了双丰收。

苹果公司大胆的创意和打破常规的管理方法,看上去有些荒唐,但这种管理已经取得了实际的效果,其实很多事情都需要打破常规的局限,才能施展得更好、更完美。

别“盲从”命令

■ 张超

一天,领导给李伟布置了一项任务,但是,按照领导给的时间,几乎是不可能完成的。

李伟接受任务后,并没有马不停蹄地去展开工作,而是在笔记本上认真地制作工作进程,一项项地逐步填写工作安排。半小时后,李伟拿着自己做好的表格,找到领导,对领导说:“这项任务要想圆满完成,从时间上来说具有不可操作性。”接着他就把表格给了领导看,原以为领导会批评他,没想到领导看后只是笑一笑,问道:“那你认为在我预期的时间内,你的工作流程能走到哪一步?”

李伟按照工作流程表,镇定自若地回答了领导的问题。按照李伟的工作计划表来看,再需要一天的时间,工作结果就会圆满呈现。于是,领导说:“好,那就按照你的这个计划去做吧。”

如果李伟在领导规定的时间内,将工作结果匆匆交给领导,很可能会因为工作结果太粗糙而受到领导批评。虽然没有按时完成领导布置的任务,但他让领导看到了自己安排工作的条理性 and 计划性,使领导越来越放心地将任务交给他去完成。

所以,当接到领导布置的任务后,合理安排好每一步,才能提高工作效率,按时完成目标。

用流浪汉做导游

■ 许扣顿

29 岁的迪恩注意到每年世界各地前往巴黎旅游的人数有 3000 万之多,于是在巴黎开了一家旅游公司。迪恩又进一步了解到这些前往巴黎的游客都特别想好好游览巴黎的每一部分,而这就要求导游必须对巴黎了如指掌。

一天,迪恩带女儿去埃菲尔铁塔附近玩耍,无意间听到几个流浪汉在交流,其中居然隐约听到他们提到了巴黎许多景点,比如,巴黎圣母院、凯旋门、凡尔赛宫、塞纳河、圣心大教堂等。迪恩忽然惊喜地意识到,这些流浪汉无家可归,成年累月风餐露宿在巴黎的大街小巷,如果要论谁对巴黎最熟悉,那他们肯定榜上有名。

不久,迪恩便组织推出另类导游,

这些导游的身份都是巴黎流浪汉。同时,迪恩向游客公开、郑重承诺:绝对满意的导游一定引领大家开心玩转整个巴黎。很快,迪恩与他的旅游公司被人们所熟知,游客纷纷主动找上门来,而游客对流浪汉导游的服务啧啧夸奖,称这样的导游,既能让他们发现真正的巴黎,又能结识朋友,又可享受乐趣。

就这样,迪恩的旅游公司渐渐在巴黎站稳了脚跟,不断发展壮大,到今天已经是巴黎著名的三大旅游公司之一,而流浪汉导游则成了一道亮丽的风景线。

生活中,问题无处不在,但只要你勤于思考,善于发现,那么,解决问题的方法也就同样无处不在,甚至大大多于问题。

“手抓毛豆”揽顾客

■ 李克红

餐饮企业在进行促销活动时,必须要对消费人群进行深入分析和明确定位,很多餐饮企业因为对消费人群的定位错误导致经营失利或促销失败,所以在经营或促销的时候,必须要对顾客群体和产品品质做有针对性的设计。在这方面,位于东京世田谷区的“聚满堂餐馆”就做得非常不错。

聚满堂餐馆位于一所大学附近,所以他们将客户目标锁定在学生们身上,并根据年轻人爱玩好动的特点,推出了一项“抓毛豆”活动。这项活动的规则是这样的:每抓一次收费 100 日元(约 6.5 元人民币)。客人进店就座后,服务生就会把一只装满毛豆荚的篮子提到餐桌前,让客人们抓取毛豆荚,能抓多少就抓多少,顾客抓起来的这一把毛豆荚,不管多少都以 100 日元计价。

餐馆之所以推出这项活动,得益于厨师烹煮“盐水毛豆”的工艺,使其成为

餐馆点菜率最高的菜之一,而因为点餐的人多,厨师们无意中发手抓一把刚好就是一盘(成年男子使劲抓的话还会超出一盘),所以厨师们就想起了这个办法,就让顾客们用手来抓,无论多少都算 100 日元。大学生们都是爱玩的年轻人,并且富有挑战精神,结果这个“靠本事决定菜肴数量”的做法深受大学生们的欢迎,大学生们在抓毛豆荚的时候,往往你抓一把试试,我抓一把试试。就在这样的过程中,乐趣也陡然增加,既然感受到了一种别致的快乐,顾客们对这家店的感情也自然更深厚了,在顾客们当中的口碑也越来越好。

聚满堂餐馆是如今世田谷区最著名的餐馆之一,在很大程度上,顾客都是冲着手抓毛豆荚的快乐体验而赶去的。“毛豆是最普通的蔬菜之一,但我们的厨师却用它打造出了一个绝妙的揽客术,这令我感到非常欣慰,看来只要肯动脑筋,卖点真是无处不在。”身为聚满堂餐馆的老板,今年 41 岁的麻生浅冈这样说。

经营方法

不要靠得太近

■ 蒋晓飞

查姆斯是一名成功的零售商,上个世纪 70 年代,他曾在丹麦开了十几家大型超市。在经营过程中,他发现了一个奇怪的现象:超市里的导购员并非越多越好,超过一定数量后再增加导购员销售额反而会下降。为什么会这样呢?查姆斯是个喜欢钻研的人,通过半年多的观察研究,他揭开了奇怪现象背后的原因。

在查姆斯的超市里,导购员的工资收入是和销售额挂钩的,谁所负责的货区销售状况越好,谁的收入就会越高。因此每个导购员对于进入自己“区域”的顾客都是非常热情的,她们要么殷勤地为顾客挑选拿放商品,要么滔滔不绝地向顾客介绍、推荐商品。按道理,导购员们这样殷勤、周到、贴身的服务,是有利于销售的。然而,查姆斯通

过对大量顾客问卷调查后发现,事实情况恰恰相反,导购员的这种贴身式服务让很多顾客不满,甚至厌恶,反而削弱了顾客的购买热情、减少了顾客的回头率。

为什么这种“热情”反而引起顾客的反感呢?其实答案很简单,过度热情剥夺了顾客购物时的那种自由自在、随意随性的休闲感觉;导购员那种跟前随后的全程陪同,还容易让人有被窥视、被监视的感觉;如果超市中导购员过多,顾客可能一进入超市就被包围、被游说,就像一个被“热情”绑架的人,没有了自由选择的时间和空间,也没有私密的时间和空间。这样的购物氛围绝对不会让人有愉悦感,这样的卖场谁愿意多去呢?

看来,“热情”也是一把双刃剑,你运用得恰当,就会拉近和别人的距离;如果运用得不恰当,就可能把别人推得更远。

一盘沙拉的完美逆袭

■ 李静

吉莉安是英国伦敦的一名大学生,在校期间她经常利用假期到餐馆打工。临近毕业,她一直忙着找工作,可投出的简历不是石沉大海,就是面试没有通过。

吉莉安很苦恼,一个人在大街上闲逛,全然没注意到天空如她的心情一般阴沉。突然,大雨倾盆而至,她来不及躲闪,跑进了一家餐馆。等擦掉了迷蒙在眼前的雨水,她才发现自己走进的是曾经打工的那家餐馆。原来每到吃饭的时间,她都会忙得团团转,可今天竟只有寥寥几桌客人。

吉莉安招了下手准备点餐,没想到走过来的竟然是老板。老板说这附近接连开了几家餐馆,激烈的竞争导致她的经营状况每况愈下。以前的服务生也都辞职了,她估计用不了多久这里就会关门了。

回想着老板的话,吉莉安觉得走进哪里的食物味如嚼蜡,她真的不想看着自己工作过的餐馆就这样关门。可自己又能改变什么?吉莉安越想越苦闷,别说是帮助餐馆起死回生,就是自己的工作现在还没着落。

一顿饭的时间,雨小了些,可并没有停止的意思。吉莉安打算再坐一会儿,她环视了一下四周,发现这里的客人们好像都在等雨停,不是在看杂志,就是在玩手机。当她准备收回视线时,一个小女孩引起了她的注意。

小女孩的面前摆着没吃完的沙拉,坐在她对面的女人一直在低头玩手机,可能是她太无聊,竟然将那名沙拉里的苦苣、红椒、洋葱和黑橄榄颜色鲜明地分开摆放着。她不屑地看了看小女孩,又开始想着自己的心事。

良久,雨停了,餐馆的食客也走得差不多了。吉莉安离开时路过小女孩的餐桌,眼前沙拉盘里的情景让她怔住了。原本分别摆放的蔬菜,现在被重新组合了起来,竟然像一幅人物肖像。吉莉安看了很久,那洋葱的眉毛,黑橄榄的眼睛,红椒的



唇,还有苦苦的头发,如果不是一盘丢弃的沙拉,她真想品尝一下。

突然,吉莉安眼前一亮,她想摆在眼前的已经不再是一盘沙拉了,而是一幅艺术作品。如果这样一盘美轮美奂的画作摆在食客面前,怎么会不让人垂涎欲滴。她马上找到老板,希望用这种方法挽救餐馆。

老板知道吉莉安学过画画,对这个创意也非常有信心,可她还是觉得仅凭一道沙拉怎么可能改变餐馆的现状。在吉莉安的坚持下,老板决定让她试一下。她根据毕加索、罗斯科、玛格丽特的著名作品来创作沙拉,将模仿出的沙拉画作做成海报,贴在店门上。

食客路过时会不由自主地停下脚步看一下,不仅被充满视觉效果的画面冲击着,还因那句“沙拉的逆袭,总有一款适合你”的广告语,让他们充满好奇地走进餐馆去体验。名画沙拉让原本冷清的餐馆瞬间门庭若市,尽管名画沙拉要比普通沙拉的价格贵上一倍,但食客们依然乐于享用。

老板见形势一片大好,高薪聘用了吉莉安担任沙拉的艺术造型师。吉莉安没想到自己就这样找到了工作。

一盘沙拉的完美逆袭,让濒临倒闭的餐馆化险为夷,让吉莉安找到了发挥特长的的工作,也让餐馆老板赚了个盆满钵满。其实,真正受益的还不仅仅这些,还有那些食客,因为一份看上去赏心悦目的沙拉远比那些蔬菜拌在一起更令人心情愉悦。

另类减压法

■ 漠风

拿不走的秘诀

■ 倪西赞

日本塚喜集团,是一家具有 150 年历史的企业。

在一次参观塚喜集团的分享会上,一批企业家问第六代传人塚本喜左卫门:“为什么塚喜集团能做到 150 年依然屹立不倒,并且生机勃勃?有什么样的秘诀?”塚本喜左卫门没有给企业家们讲大道理,而是不慌不忙,命人拿出近 40 个装满铅笔头的罐子摆在大家面前。每个罐子有几十个铅笔头,铅笔头已经短的不不能再短了。大家看到近 40 个装满铅笔头的罐子非常惊讶,不知道塚本喜左卫门罐子里的铅笔头和他们所期待回答的问题有什么关系。

“我想和大家分享一个我父亲生前的故事,”塚本喜左卫门说:“我从小就目睹了父亲每天早上 3 点就起床,然后用 15 分钟的时间慢慢削好各种不同颜色的铅笔,调整好心情,开始一天的工作。这近 40 个装满铅笔头的罐子,是我父亲 91 岁去世后在整理他的遗物时发现的。每当我想偷懒、散漫时,我就看看这近 40 个装满铅笔头的罐子,仿佛就能听到父亲在呵斥我。所以,我至今也是每天三点半起床,晚上十点多才休息。”听到这些话,在场的企业家内心无比震撼。

装满 40 个罐子的铅笔头,是塚喜集团掌舵人的勤奋一生的写照。百年企业的秘诀就是告诉你,就是摆在那里,多数人也是拿不走的。因为做百年企业,百年如一日的节约、坚持、修炼,少一天都不行。