

企业楷模

宜家卖半成品家具的方案,不仅节省了库存空间、压缩了价格,使顾客以更实惠的价格买到满意的家具,还在组装家具过程中,发挥劳动,收获快乐和成就感。

计玉兰

宜家是一家家居用品公司,专为顾客提供设计精良,功能齐全,价格低廉的家具。随着各行各业竞争的日趋激烈,商家纷纷为顾客提供各项方便快捷的服务。如:送餐到家动动筷子就能吃的外卖,只需用热水冲一下就能喝的咖啡……

刚开始,在中国的宜家公司也为顾客提供各项便利措施:比如家具用品送货上门、工作人员上门安装,为顾客所需尺寸量身定做家具等服务。经过几个月的运营后,宜家管理人员预计会有不错的业绩,但统计报表显示,销售业绩不但没有上升,还在顾客满意度调查中发现存在很多需要改进的服务项目。

这样的结果出乎大家的意料之外,宜家管理人员一度陷入经营危机中。他们召开各部门联合会议,有人提议:“我们要提供全方位、周全服务,让顾客一站式购物。”也有人说:“为顾客提供售后、拆装服务。”

出钱出力的“宜家效应”



大家各抒己见,群策群力,但重点还是围绕在方便、快捷的服务方面。

宜家公司汇总顾客提出的所有意见,甚至把顾客没想到的也补充进服务项目中。很长一段时间里,大家搞得灰头土脸,但还是收效甚微。

为此,宜家管理人员百思不得其解,他们承受着来自四面八方的压力,但又不知如何是好。

直到一次公司聚会中,公司只给大家提供一些蛋糕粉、新鲜鸡蛋等原料和半成品。如果想吃蛋糕就需要大家自己动手做。

此举,虽然麻烦,但大家都认为经过自己动手加工、烘焙的蛋糕格外鲜美。

为此,宜家管理人员对此现象进行查证。资料显示:1950 年,美国一家食品公司把新产品中自带的鸡蛋粉,换成“需要添加新鲜鸡蛋”后,他们的蛋糕粉就从众多竞争对手中脱颖而出。著名心理学家,“动机研究之父”欧内斯特·迪希特曾解释:“因为一冲即成的蛋糕粉,会让做蛋糕变得太容易,削弱了做蛋糕原本所需的劳动。而多动手,能够让做蛋糕的人对最终作品产生更强的‘主人意识’,从而觉得味道更好。”

从中得到启发后,宜家管理层连夜召开会议并把“让顾客参与、组装”的理念融入方案中。随后,经过几个月时间的精心准备,大家对方案几次修改,又不断升级完善后,“动手做家具”方案正式实施。

宜家公司只为顾客提供所需家具的半成品,组装零部件,还有组装用的详细说明书。顾客从宜家购买一张桌子后,就需要参照产品说明书,使用扳手、钳子等工具,通过螺丝、螺帽等零部件把各块板面组装起来。一些结构复杂的柜子、能随意伸缩成床的沙发等家具,顾客无法独立完成时,宜家公司仍提供专业人员上门组装的服务。

自从推出“动手做家具”方案后,宜家公司捕获了更多顾客的忠心。每天,店内人头攒动,客流情况堪比菜市场,销售额也增加了好几倍。

宜家卖半成品家具的方案,不仅节省了库存空间、压缩了价格,使顾客以更实惠的价格买到满意的家具,还在组装家具过程中,发挥劳动,收获快乐和成就感。

在现实生活中,大众认同的模式一般存在竞争激烈,发展空间小的不足。当我们挤破脑袋也只能分得一杯羹的情况下,不如突破常规的思维模式,反其道而行,独辟蹊径,说不定就能独树一帜找到出路。

《司马光砸缸》的职场新解

沈宝良

《司马光砸缸》的故事,不仅仅只是一则教人聪慧的教育启蒙故事,它更是一部引人深思的职场真经。

一日,司马光 and 几个小朋友在院子里玩耍,我们可以看成是几个人组建了一个团队,要运营一个公司了。

在起始阶段,公司运营得非常顺利,大家都很开心。这个时候,有人开始把持不住自己了,偷偷搞起了“危险投资”——爬到装满水的缸上去玩耍。

由于缺乏团队核心,所以没有人制止这种危险的行为。于是,祸患就产生了,刚刚还兴高采烈的玩耍,转眼间就变成了一个人在水中挣扎。

见出了危险,有人落荒而逃,有人求救于大人,唯独司马光处乱不慌,用石块砸破大缸,救下落水之人……

事情发展到这里,司马光的团队完成了初步组建。

遇到危险就落荒而逃的,下次一定不带他玩了;制造危险的,会受到大家的严厉指责,认错悔改就留下,依然任意妄为就被淘汰;跑去向大人求救的,做法中规中矩,是老实忠诚的队友,会成为团队的骨干;而砸缸救人的司马光,挽救团队于危难之中,必定成为团队的核心。

这样的结局是显而易见的,但司马光由一名普通成员成长为团队核心人物的历程,却为我们提供了宝贵的职场经验。

“砸缸”事件中,不必苛责那个弄出险情的孩子,毕竟有创新就会有风险。关键是出了险情,我们该怎么办?

初入职场者,如果遭遇困境,麻烦乃至挫折,动辄以“我的人生要像风一样自由”为借口离职,那你始终在“新人与挫折的泥淖”中徘徊。

风险来临之时,不与公司风雨同舟,何来风浪过后的同舟共济? 所以,遇险而逃的,必定会被淘汰。

奔走求助者,思维中规中矩。

这样的队友,对团队忠诚,是很好的策略执行者,是一个优秀团队不可或缺的基石。

他们能迅速地形成对团队的认同感和归属感,这一点是非常重要的。你把团队当成自己的,团队才会把你当成自己人。

马云曾说:“我不反对跳槽,但你刚刚做一个行业,起码要做到两年,然后再决定自己的去留。”

可见,忠诚并迅速地融入职场团队,是多么的重要。

但是,忠诚也仅仅能使你立足于团队,要想出类拔萃,还须像司马光那样,拥有“砸缸”的智慧与勇气。

面对有人落入水缸的险情,选择砸缸无疑是智慧的。深挖一下,这种智慧其实是一种“逆思维”。

人落在水缸中,把人从水里救出来就安全了,这是一种“人离开水就能得救”的顺向思维,所以不少人去向大人求救。

而“逆思维”则是朝反方向去想,“水离开人,人就得救了”。

怎样让“水离开人”呢? 最快捷的方法就是让缸出个洞,于是有了“砸缸救人”的创举。

身在职场,如果你能善用“逆思维”,就可以让自己迅速地战胜逆境。

“砸缸救人”的办法是智慧的,但还需要“果断”的行动来做保障。

试想,假如司马光有些“优柔寡断”,徘徊了半个时辰才去砸缸,还能成功救人吗?

可见“果断”,不仅是成功逆袭的保障,更是职场人必不可少的一项素质。

纵横职场,除了前边提到的“智慧”与“果断”,还必须有“担当”的意识。

司马光有担当,无惧“砸缸”之后的赔偿问题,更无惧“砸不破缸,救不了人”的责难,所以才敢于“破缸救人”。

有了担当,你才不会畏首畏尾,才能有“虽千万人吾往矣”的勇气,从而激发出无与伦比的智慧。

《司马光砸缸》的故事可谓耳熟能详了,细品个中的深意,才发现它不仅透露着人性的机敏,更闪烁着职场的智慧。

雷军错失张小龙

蓝凤羽

1997 年,张小龙开发的免费软件 foxmail 很火。由于是免费的,张小龙还要投入时间维护软件,因此守着 foxmail 穷得叮当响。

次年,雷军刚到金山做总经理,看到 fox-mail 用户很多,市场潜在价值非常大,就给张小龙打电话:“把你的软件卖给我吧? 我也是搞技术的,你开个价,我绝不还价。”张小龙觉得软件给雷军肯定会前途光明,就老实地开了价:“15 万元吧!” 雷军听后大喜,15 万元就能收购一个价值千万的软件,太划算了。于是,约定 2 天后,张小龙到金山来详谈收购事宜。可 2 天后雷军要到北京出差,谈

融资项目,雷军就把收购软件的事情交给了技术总监。技术总监看了张小龙的软件,一句话就打发了张小龙:“就这玩意儿还 15 万元呢,我要是做分分钟。”雷军回来后,听了技术总监的汇报,就搁置了张小龙的软件收购。

两年后,博大互联网公司以 1200 万人民币收购了张小龙的 foxmail,2005 年张小龙被马化腾收入麾下。2011 年 1 月,张小龙开发的微信上线。现在,微信软件用户全球 12 亿,腾讯市值 5000 亿美元。

雷军之所以放弃收购张小龙的软件,就是因为动摇了自己的判断。雷军该是后悔错失张小龙了吧。

经营方法

优衣库独特“摆衣术”

周牧晨

作为创始人兼总裁的柳井正,对优衣库有两个重要的创举。

一是在门店颜色的选用上。优衣库不同于其他服装店,只选用灰黑两种单调的颜色,而是加入了各种明艳的色彩,给顾客的第一感觉像是走进糖果店里一样,心跳、兴奋不已。

二是衣服的摆放上。柳井正发现百货大楼、服饰商场的男装部和女装部都设在不同楼层。这种设置看上去非常合乎情理,能让不同性别的顾客快速直达属于自己的那个楼层购买衣服,但如果是一家人,或者男女朋友一起购物,那就变得很不方便了。比如,当妈妈在女装部楼层忙着选购衣服时,爸爸和孩子只能无聊地等着她,有时爸爸甚至会上来催促,让妈妈只好放弃本该要多买几件的打算。

更糟的是,如果妈妈在女装部待的时间越长,那么接下来一家人在男装部和童装部待的时间就会越短,因为他们得赶时间去吃

饭和做其他的事情,就是时间充足,一家人也会同样快速离开,因为之前的等待和选衣服的疲倦,让他们恨不得马上出去好好休息一下。

柳井正敏锐地发现这个常人不太关注的现象,于是萌生了一个大胆的创意——把所有的衣服,男装、女装、童装、老人装全放在一个宽敞、明亮的楼层里,不分楼层,不设专门的服装部,这样全家人便可以同时购物了,不再会出现“今天没时间了,下次再给爸爸买衣服”的情况。刚开始,优衣库的这个奇特做法让很多人大跌眼镜,甚至有些不适应,但很快优衣库的日销售量便开始大幅度提高。



机遇藏在转弯处

朱吉红鵬

人们常说,每一项重大发明的诞生,都隐藏在我们转弯的黑暗处,只有不畏艰险,迎难而上的才能成功。

上世纪 30 年代初,他是一个无业游民,一直找不到合适工作,每天到处游荡,每天为生计劳碌奔波,他为此懊丧过、苦恼过,甚至产生自杀的念头。

由于没有固定的住房,每隔一段时间,他就得搬一次家。一天,他再次搬家,不小心把一只祖传的古董瓷器碰到地上,摔成若干块碎片。这是最值钱的家当,已经传了五代,全家人视如珍宝。他看着被摔碎的瓷器,想到因为自己的不慎,将古董毁于一旦,感到特别心疼和懊悔,禁不住流下了泪水。

好在他心灵手巧,他细心地将全部碎片拣起来,一片一片地进行拼凑、粘合,发现瓷器还能恢复原样,只是粘得不够牢固结实,用肉眼就很容易看出裂缝。不长时间,就因粘性太差,瓷瓶再次开裂,他往返多次,跑遍了全城各个角落,买来市场上能够买到的各种粘合剂。但这些粘合剂不是难耐高温,就是容易受潮,而且胶液的颜色与瓷瓶不匹配,根本无法找到一种令他满意的粘合剂。

他决定自己动手,试制一种能抗压抗拉、耐热耐潮的新型粘合剂。为此,他从传统的树胶、角胶入手,先后试用了近百种胶液,不停地实验,花费了三年多的时间,终于成功研制出一种粘合力很强的粘合剂。他试着用自己研制的胶液把瓷瓶碎片粘合起来,不仅用肉眼无法分辨,跟刚烧出来的瓷器不相上下,而且粘合得相当牢固,无论泼水、晒太阳仍然坚如故。同时,还意外地发现这种新型粘合剂不仅可粘陶瓷,还可粘玻璃,甚至是钢铁制品,只需在粘合前将油污和其他脏物清洗干净就行。

于是,他主动帮邻居和朋友们粘合各种打破了物品,名声越传越远,从他所住的城市到很远的地方,不少人慕名上门,要求购买他试制的粘合剂。他越来越发现这种产品用途十分广泛,不仅日常生活中必备,不少企业需要数量亦十分惊人,市场前景广阔,为此,他申请了专利,并筹措资金,联系了一家专门生产粘合剂的厂家,生产了第一批粘合剂。产品一经投放市场,就供不应求,不少经销商和企业纷纷签合同订购,经济效益十分可观。

后来,他注册成立了一家 BBK 粘合剂有限公司,不断对配方进行推陈出新,粘合剂性能的更加完善,不断研制了耐热、耐压、耐药品、防腐、防雾等方面的新产品,广泛用于粘接、密封、防漏、固定等方面,成为机械行业不可缺少的化工产品,并在航空航天、军工、汽车、电子、电气等行业得到了很好的应用,他的产品迅速占领了国内市场,并大批地销往国外,成为当地最有影响力的一家大公司。

他就是美国亿万富翁巴比克。为了粘合一个摔碎的瓷器,却因此成功发明了一种新型的粘合剂,打开一扇财富之门,成就人生的高度。

人们常说,每一项重大发明的诞生,都隐藏在我们转弯的黑暗处,只有不畏艰险,迎难而上的才能成功。

/ 公 / 益 / 广 / 告 /

