

有一家药店,因为所处的地方较偏,开张后生意一直不好。对此,老板很着急。

有一天,老板去好友家吃饭。好友是说相声的,席间老板向这位好友倾诉了自己的苦恼。好友听后对他说:“相声之所以能吸引人,是因为在相声中加入了‘包袱’,即先给观众设置一个悬念,最后才把最关键的笑料给抖出来。我想做生意也是同样的道理,你不妨给你的药店也加上个‘包袱’试试。”

回去之后,老板就在药店门前贴出了一张启事:奉赠1万元!行人见此都觉得好奇,纷纷走进药店想看个究竟。等他们进去后,看见药店里面还挂着一块牌子:本店所售药品,如发现有以次充好、质量不合格的,本店均奉赠1万元!人们这才明白过来。虽然进去的人没有拿到钱,但是却对药店加深了印象。以后买药,都会首先想到这家药店。没过多久,药店的生意就好了起来。

相声之所以能吸引人,是因为在相声中加入了“包袱”,即先给观众设置一个悬念,最后才把最关键的笑料给抖出来。做生意也是同样的道理。

大冬天的,谁吹电风扇? 所以,一般电风扇厂一过了夏天,产品就没人要了,为此很多公司就要停产,只好让员工放假。

一家电风扇厂于是利用淡季,组织优秀员工去旅游,去年他们选择了美国。去的时候快到圣诞节了,美国真是天寒地冻,家家都开暖气。他们来到酒店时,服务员打开了空调。然而让人没想到的是,在打开空调的同时,服务员还打开了吊扇! 旅客很是不解说:“大冬天的, 还开电扇,有病啊?”服务员笑笑说:“这能提高室内温度!”

旅客被服务员话给弄糊涂了, 服务员解释说:“冬天开空调的时候,由于热空气比较轻,所以都滞留在屋顶,而室内的下半部分却还是冷空气, 开风扇是为了让空气对流起来,均和冷热空气。”原来美国的房子通常空间很大,尤其是那种有二楼结构的独立房子,因为正厅往往是贯通一二楼的,从地面直通屋顶的,这么高如果不开点风扇让空气对流话,冷热分隔会比较严重。

这让旅客大开眼界,突然感觉到这不是好商机吗?于是赶紧让国内加紧生产电风扇,美国冬天也需要电风扇。公司营销科接到电话和传真,以为听错了,看错了。因为此时员工都放假了,没办法组织生产啊。再说真的把库存发出去,要是卖不掉,更可亏大了。于是让他们落实清楚。他们的人通过对美国的电风扇进一步了解后,发现美国确实冬天需要电风扇,但是他们需要的与一般的不一样,发现他们的电风扇也不是国内见到的那种台式风扇,很多是装饰风扇,即风扇跟吊灯是一体的,上层是风扇叶,下层是灯,这种风扇的转速很慢,而且可调节速度,既能起到对流空气的效果,又不会让室内的人感觉有很大的风吹过。于是赶紧快递了一些样品,让公司进行改进生产。就这样,公司让开发设计部赶紧针对美国市场研发新的电风扇,然后,赶紧把员工又重新招集起来,开足马力生产, 不几日, 就有一批适合美国冬天的电风扇送了过去,由于中国的货便宜,为此很好销,很快就打开了销路。这不禁想到国内,无论是大型会议厅还是家庭居室,又有谁在打开空调的时候想到要开电扇? 感觉不够热的时候,更多的只是一味往上提高温度吧! 其实国内的冬天,也需要电风扇的,这一块也大有市场,还有待我们去开拓。

1904 年夏天,美国茶商理查在美国圣路易市举办的世界博览会上,本来打算向人们推销自己的红茶,可由于时值盛夏,热乎乎的红茶根本无人问津。正当理查为此事发愁时,他意外地将一堆冰块儿掉进了热红茶桶中。理查觉得丢掉这一桶红茶很可惜,便自己盛了一杯带冰块儿的红茶,没想到喝完这杯加冰的红茶后,暑意全消。理查看着这桶加了冰块儿的红茶,思忖了一会儿,他随即开始叫卖加了冰块儿的红茶。

在理查的吆喝声中,许多人围了过来,亲口一尝,个个赞不绝口,不一会儿,理查的冰红茶就销售一空了。从此,人们知道了冰红茶的名字,理查的冰红茶生意也因此获得了成功。

冰红茶的成功纯属意外,可这个意外却让我们明白:机遇是属于有心人的。

企业楷模
QIYE kaimo

因为成为王品家族成员的第一天起,公司就已经清清楚楚地告知“一百元天条”。任何人触犯了,一定开除。

王品集团:
一百元礼物的代价

王国雄

王品集团的各项业务承办人员,每天总要面对许多厂商,互动多了,自然会产生私人情谊,这时候,分寸拿捏和行为举止就显得格外重要。王品集团因此有了“任何人均不得接受厂商一百元(新台币,下同)以上好处,违者开除”的天条。

这个规定的意思是受赠的礼物必须在一百元以下, 可以接受一张卡片、一朵花,但如果价值超过一百元,便万万不行。

一位财务部工读生很优秀,工作认真,希望毕业后能转为正职员工。她平时专门跑银行,跟行员都很熟,大家也把她当小妹妹看。一次到银行办事,正好碰到银行员工旅游归来,有人送了包牛肉干给她,让她带回公司请同事吃。回到公司后,大家提醒她:“谁送的? 有没有超过一百元?”工读生不在意,认为是小东西,应该没关系。结果主管一查,不多不少刚好一百元。违反规定了,怎么办呢?

另有一名组长,平常很打拼,有次店里的石锅拌饭更换器材,旧锅没再用了,他看到摆在那里很可惜,便暗中将石锅拿回家自用。有人知道后,打电话来申诉,一调查,果真有这么回事。怎么办呢?

这两件事都送到了“中常会”审理。审核过程中,照规定一定请当事人到场说明,也请该同事的主管做项目报告。最后,两个人都离职了。有人说,

非凡创想
Feifanchuangxiang

“漏”出来的财富

徐勇

小野西村的叔叔是个玩具制造商,专门生产沙漏玩具。但日本的玩具业发展很快,沙漏玩具渐渐被各种新颖现代的玩具所替代。

叔叔为自己的事业走向末路唉声叹气, 小野西村全都看在眼里。一天,小野西村在公共电话亭打电话,看到旁边的一位女士惋惜地说:“刚刚过了3秒,太亏了。”女士见年轻人看她,有些不好意思地解释说,电话才打了3分3秒,也要按6分钟计费,太亏了。小野西村明白,电话的计费标准是每3分钟为一个计价单位,到了3分钟,哪怕只过1秒也要按6分钟计价。

女士遭遇的情景,和她说的番话,给了小野西村很大的触动,之前他打电话,也见有人说过类似的话。这一次他的脑海突然间灵光闪现, 刹那间想到了叔叔的沙漏玩具。

何不将沙漏在这里派上用场呢?小野西村想,既然叔叔的沙漏玩具卖不动,不妨将沙漏的“功能”转移到电话上来!

小野西村把自己的想法告诉了叔叔, 叔叔敏感地意识到这是个不错的商机,应该具有一定的市场前景,便答应生产试销。

他们设计了一种很别致的迷你型沙漏,每3分钟准时将沙子漏完,把这个小沙漏配在电话机上使用。打电话的人通话时,看着沙漏里的沙子一点点漏下,既能直观地看到时间的多少,又能在打电话时感觉别有情趣。产品投放市场后,效果非常好。一时间,人们对这种小沙漏津津乐道,它除了能有效地为人节约话费,更为人们打电话增添乐趣,一改过去的单调感。小沙漏试销一个月,销量竟然达到3万多个,紧接着,订单像雪片一样飞来。

一个小小的沙漏, 只是改变了一下用途就挽救了一个濒临倒闭的公司。



有这么严重吗? 又不是故意的,也并非什么巨大金额,不能给一次改过机会吗? 在王品集团,就是不行。

因为成为王品家族成员的第一天起,公司就已经清清楚楚地告知“一百元天条”。任何人触犯了,一定开除。

不只同事不能收受超过一百元的礼物, 公司也会主动告诉所有厂商,逢年过节请不要送礼,就算是年历也不行,否则便列为拒绝往来户。

王品的思考是,不必送礼也不要回扣,一切如实报价,很多成本就省下来了。好的食材,优的质量,适合的价格,都可以直接反映在商品上,而不是反映在“经手过程”上。如此,公司避开回扣省下的成本,可以贩卖最好质量的商品,给予顾客最佳的服务。赚了钱,连工读生也可以分红,大家都高兴。公司拼命杜绝回扣,绝不是要省到老板口袋里,大家通通都可以分享成果,这才是企业经营的正途。公平、公开、公正,再加上“分享”,如此才有意义,才能皆大欢喜。

徒有制度规章,却不肯或不能彻底执行,那就无法建立企业文化。惟有一次次经历如上述这般令人为难的考验,却依旧能坚持理念,绝不妥协,企业文化方得以一步步成形。

在一家著名的合资公司,行政部和财政部的两名部门经理都是硕士,年龄和经历相仿。两个人能力出色,非常有才华,都是公司重点培养的管理人才。行政部经理为人和善,善于走群众路线。在日常工作中,对下属分寸得当,恩威并施。在业务上严格要求,从不放松。当下属偶尔犯了错误,他也是为他们着想,主动承担责任。每次出差回来,他总是不忘带点小礼物,送给下属。当下属遇到什么困难了, 他也总是尽己所能地给予帮助。因此,他很得人心,不仅下属工作更加努力,而且对他也是非常尊重。

而财务部经理工作能力也很不凡,但在对下属的管理中,却严厉有余,温情不足,有时候甚至很不通情达理,缺少人情味。有一次,一位下属的父亲得了急病。当这个员工把自己的父亲送到医院,急急忙忙赶到公司时,还是迟到了几分钟。虽然这个下属向经理解释了原因,而且他平时工作勤恳,兢兢业业,从不误事,但财务部经理还是对他进行了严厉的批评,并处以相当数量的罚款。这件事弄得员工怨声载道,这位经理也大失人心。

后来,在一次公司内部的人事调整中,由于行政部经理不但工作业绩颇佳,而且口碑甚好,更符合一个高层领导的素质要求,被顺利提拔为副总经理。而那位财务部经理虽说工作能力也不错,但他过于严厉的管理方式,在领导看来不利于笼络人心,不利于留住人才,只好决定让他继续留在原来的位置上。

当一个经理对一个员工主观性地做了一个判断,给员工的行为做了定性,贴上了标签,那么,这时候,无论员工行为背后的原因是什么,经理对员工的看法都是只有两个极端,非黑即白,没有中间路线。

管理当中,很多经理喜欢做判断,按照自己的想法给员工贴上标签。例如,懒惰是一个经常用的标签——如果经理认为某个员工很懒惰,那么,无论这个员工在做事情的时候,因为什么原因没有做好,经理都会把懒惰这个标签拿出来,“说你懒惰,你还不承认,现在这个事情还没有做好,你还有什么好说的?”

当把懒惰这个标签贴到员工身上,其实,经理就失去了帮助员工成长的机会,员工也失去了解释的机会,员工被“去中间化”了。

这种管理方式叫做“去中间化”现象。由于经理给员工贴上了标签,认为员工是懒惰的,意愿不积极的,被动应付的,那么,就失去了挖掘员工行为背后的原因的机会。只有经理抛弃了去中间化观念,才有机会和员工探究影响绩效的深层原因,否则,经理就是在制造平庸而非追求卓越。