

企业楷模

直到现在,180 多年过去了,“每个员工都是总裁”这一理念依旧作为管理文化之一存在于麦克森药品公司,并依旧为麦克森公司源源不断地创造智慧、推动发展。

■ 陈之奈

19 世纪 30 年代,原本在纽约街头经营小药店的约翰·麦克森扩大了自己的经营规模,他以自己的名字命名,创建了一家从事药物生产的药品公司。

约翰·麦克森满以为凭着自己的经验,一定能把公司打理得如日中天,但没想到才短短几个月,他的公司就陷入举步维艰的困境。约翰·麦克森纳闷了,生产工艺是全美国最先进的工艺,员工也是经过千挑万选才招聘进来的行业精英,问题究竟出在了哪里?

有一次,约翰·麦克森通过报表上的数据显示,发现公司的原材料损耗特别大,成本的无端损耗就意味着利润大大减少。约翰·麦克森就成天把自己关在办公室里想办法,他做了很多研究和尝试,希望能改善原材料的损耗问题,可遗憾的是他的所有措施都没取得什么明显效果。

在美国独立纪念日这天,为了让员工

每个员工都是总裁



们过一个愉快的节日,也为了激励员工们的斗志,麦克森就组织员工们去纽约附近的一个山区漂流探险,麦克森和员工们一起,四五个人一组坐上橡皮艇,各自拿桨顺着激流跌宕起伏。在橡皮艇上,他们每个人都会根据自己所处的方位和状况作出相应的变通和决策,每个人都在努力,而橡皮艇也就在他们的共同协作中安然向前。这些情形突然引发了约翰·麦克森的思考,他好奇地想:“我们每一艘艇都没有哪个是负责人,但每艘艇上的每个人都可以做判断甚至是做决策,没想到这样居然远比由一个规定的负责人来发号施令更有效,为什么会这样?”

约翰·麦克森经过一番思考后,很快得

出了结论,他在心里回答自己说:“对于任何一个方位来说,只有当事人才更加了解情况,这也就意味着只有当事人才更能作出更全面和更正确的决策!如果把这比作我的公司,我却只把自己当成了决策者,其他的所有员工都没有作决策的机会,既然如此,为什么不能让我的每一个员工都成为总裁呢?”

回到公司以后,约翰·麦克森很快组织了一次全体员工大会,他在大会上把自己的困惑做了描述,请求员工们根据自己的工作岗位和相应的状况提一提自己的想法和建议,员工们很快对此展开了讨论,人们各抒己见、踊跃发言,结果短短一个小时,约翰·麦克森就收到 50 条改善意

见。

约翰·麦克森对这些意见和建议作了综合评判和审核,最终选取了几条建议作为重点改善措施,仅用了一个月时间,公司在合理节约原材料方面就取得了立竿见影的效果。经此一事,约翰·麦克森似乎尝到了“让员工做总裁”的甜头,此后,麦克森不断地对这个举措做出推广和改善,他也因此而收获了一条又一条的好意见,大大推动了公司的发展。

到现在,约翰·麦克森所创办的麦克森药品公司已经成了美国最大的药品公司之一,它在分布于全球各国的 30 多个分销中心向全球数十个国家发送药品、医疗用品以及医疗设备,年销售额以万亿美元计算!

经营方法



设身处地为顾客着想,进店后,“麻辣空间”就将每一个细节都想到做到,为的就是让顾客有一个满意的消费环境、舒适的就餐氛围。

新奇赠品有奇效

■ 黄德磊

在成都,有一次受好友之邀,我们去吃麻辣火锅。经朋友推荐,我们来到了通祠路上的一家“麻辣空间”店。作为四川清油火锅的领袖品牌之一,“麻辣空间”以麻辣、香辣著称,生意好时一座难求。

我们进店刚一落座,服务员便端上了一筐小吃,有花生米、瓜子、地瓜干等,免除了客人等待的烦恼。点完菜品后,服务员随即奉上一块眼镜布。因为是第一次收到这样的赠品,我感觉很新奇,心里嘀咕道:别家饭店多是赠饮料、小吃,这家火锅店竟然送眼镜布!等服务员端来汤锅时,我忍不住提出了自己的疑问。

还没等服务员回答,朋友便笑着开了腔:“吃火锅有热气,容易使眼镜起雾,人家看你是戴眼镜的,所以赠送这个,平时还能用得到。你看我,不戴眼镜,就没有这待遇。”

管理之道

言出必行:培养下属的信任

■ 蔡嫦琪

管理者交办一项临时的工作给团队,要求对方在时限之内完成,可是团队也很为难,因为他们手上有很多无法排开的工作得进行。这种情况很两难,因为管理者也不愿意临时排定工作,而是情势所迫。团队成员分身乏术也不是他们的错,因为该做的事样样不能少。

所以,一开始管理者就要问:这个时间有没有困难?若是团队糊里糊涂地回答:没有问题。那么时间一到,团队没有如期完成,管理者理所当然就应该施与惩处,因为这个协议,是你和团队共同达成的,管理者要让你的成员知道自己的言辟有公信力,团队的承诺也应该具备信用。

不过,如果是换一个状况,管理者询问团队这个时间有没有困难,团队将存在的困难据实以告,管理者的处理方式就得另当别论。因为双方都已经明确表达立

我恍然大悟。

设身处地为顾客着想,进店后,“麻辣空间”就将每一个细节都想到做到,为的就是让顾客有一个满意的消费环境、舒适的就餐氛围。

怪不得有人说,味道好,让顾客吃饱,只是一个普通饭馆的追求。而像“麻辣空间”这样的火锅店,将自身定位放得更高——服务周到细致,让顾客享受美食,不再是经营普通饭馆,而是致力于打造餐饮品牌。

如今,我已成了“麻辣空间”的忠实顾客,朋友一来,我便带他们到这里吃一次火锅。除了让他们吃到正宗的四川味道,我还想把这种“温情服务”展示给他们,让他们感受服务的力量。

眼镜布虽小,甚至它能被选作赠品都出人意料,但却实实在在俘获了顾客的心。大家不妨从“麻辣空间”寻找一些灵感,真正实现从售卖商品到售卖服务的转变。

场,若之后进度延迟,管理者也有给予团队“弹性空间”的凭据。

有句话说“慈不掌兵、令出必行”,这句话提醒管理者,大家必须对公开讯息表现出尊重。

你说出口的承诺大家都听在耳里,却因故无法履行,团队成员会在心中对组织的秩序打上一个问号。他们会产生疑惑,管理者所说的话什么时候会有弹性空间,什么时候必须严格执行?当界限模糊的时候,下属们就会抱着“赌博”的心态,去看待管理者交办的每一件事。他们不会对每件工作都全力以赴,因为他们知道,里面总有几件事情允许出现瑕疵,因为管理者会出尔反尔。

你可以关心团队的工作状况,但不能因而把划出的界限一手抹平。身为团队的管理者,应该确立赏罚分明、言出必诺的形象,这样才能让团队相信:你所说的一切都是玩真的!

放下身架的社长夫人

■ 徐竟草

从上世纪 20 年代初开始,日本松下电器的产品开始在市场上走俏,越来越多的经销商、个体客户来到松下电器位于大阪的公司总部考察和洽谈业务,其中不少人都是历经长途跋涉,从遥远的神户以及日本东北地区赶过来的。

松下幸之助的妻子梅野在得知这种情况后,主动找丈夫商议:“我们还是把他们请到家里住吧,在外面的旅社里住,总是不太方便,吃饭、洗澡都是一个问题。”

刚开始,松下幸之助有些不太赞同,他怕梅野因此受劳累,但在妻子反复要求下,最终点头同意了。

此后,凡是来松下公司总部的客户,都会被梅野热情地邀请到家里来住。每次,梅野都会亲自站在家门口前迎接他们,并帮他们放好洗澡的热水,体贴地说:“你们远道而来,实在是太辛苦了,请先洗一个热水澡吧!”

这样的安排完全出乎客户们的意料,让他们感动不已。接下来,梅野会亲自下厨为他们做饭,并尽量和丈夫一起陪着他们吃饭,无论吃住多少天,都绝不收取一分钱

的费用。

晚上,客户会被梅野安排到一个非常安静、干净和舒适的房间里休息。更让客户难以想像的是,第二天早上,当他们从温暖的床上起来后,会发现房门口的篮子里整齐地放着自己换下的外套、内衣、袜子、鞋垫、手套……它们都被洗得干干净净,熨得一点褶皱都没有,一些开裂的地方还被缝补好了。

由于路途遥远,长途跋涉中,许多客户的衣服都汗迹斑斑,气味也非常不好闻,而不顾这些替他们清洗的人不是别人,而是社长的妻子梅野!

本来,住进社长家里,吃主人家的饭,已经是非常荣幸的了,没想到社长夫人还亲自帮自己洗又脏又不好闻的衣服,这让客户非常感动,他们都把这份恩情深藏在心里。

10 年后,爆发的世界金融危机也波及日本,松下电器因此遭到了重创,产品大量滞销,好在,松下的不少客户没有放弃松下,而是艰难地坚持与松下合作,最终,松下熬过了困难期。对此,客户动情地说:“我们这样做,只为对得起社长夫人给予我们的那份恩情!”

真诚打动“腼腆客”

■ 刘柏

C 小区社区便利店生意一直很不错,主要客源是周边小区的常住人口,一天中午,店里来了个年轻的男子,店长立刻热情地上前打招呼,这年轻人显得有些窘迫,满脸通红,轻声说自己随便看看,只见他在店里转了两圈后,什么也没说,就准备离开。

或根据多年的从商经验,店长断定他是个比较内向腼腆的人。通过观察,觉得他像是在选购卷烟,可又不好意思问价。摆在货架上的那几条“黄金叶(尚酷)”,是昨天刚刚进的货,还没来得及写价签呢。或许,年轻人自己不抽烟,面对诸多卷烟品种不知如何选择,有些犹豫而失去了主意。

于是,店长赶紧凑上前,温和地对他说:“您是想买卷烟吗?有昨天刚到的新货,我来帮您选选,好吗?”年轻人顺从地跟着店长走过去。这时,店长并没有直奔主题介绍商品,而是以闲聊的口吻真诚地对他说:“现在的产品更新换代很快,就连卷烟产品也在不断地升级,这不抽烟的人啊,还真的一时半会儿搞不清时下流行什么呢!”年轻

人赞同地不住点头。慢慢地,年轻人变得话多起来,他告诉店长,他是隔壁办公楼新来的实习大学生,负责办公室的后勤采购,第二天办公室要举办一个小型会议,需要买一些卷烟、酒类招待客户,因为后勤主任突然生病住院,这次只有他一个人出来采购。看得出他对店长产生了一定的信任感,于是,店长向他推荐了“黄金叶(尚酷)”:“黄金叶(尚酷)”三大特点成就尚酷生活:加入天然植物清凉因子,甜丝丝,冰冰凉;加线嘴棒和圆角包装外观;晚上还会看到碧玉般的惊艳夜光效果。”

那天,年轻人购买了 5 条“黄金叶(尚酷)”,三箱白酒后,欣然离开了。几天后,年轻人乐颠颠地跑来告诉店长,领导对他的那次采购非常满意,夸他办事能力强。从那以后,年轻人便成了 C 店里忠诚的大客户。这次成功的交易,是因为店长善于发现问题并真诚地切实为顾客着想,获得顾客的信任,这种服务是面对内向型顾客的制胜法宝。做社区店在保证货类齐全、价格公道、保证真品的经营信条下,让顾客买着放心、抽着舒心,服务又暖人心,才是店铺经营成功之道。



非凡创想

接吻对近视患者来说通常不会是大美好的经历,因为一副厚厚的眼镜让两个人不能自由地享受接吻的乐趣,尤其是对于那些双方都是近视的情侣来说,要想来一次浪漫的接吻恐怕只有双双脱下眼镜,置身于朦胧的世界里。然而据美国猎奇新闻网站“oddiycentral.com”10 月 6 日消息,日本一家名为“Bline Vase”的眼镜公司已经为广大戴眼镜的情侣带来了好消息:一款方便他们接吻的眼镜已经正式上市。

这款方便戴眼镜的情侣接吻的眼镜造型略显奇特,一副镜片的两边分别接上了一副镜架,让原本只能是个人专属品的眼镜变成可以由两个人同时使用的道具。此外,它还采用经典的波士顿镜框,任意角度的弯曲使得眼镜无论何时都可以紧贴使用者的面部,消除了长时间佩戴眼镜的疲劳感。而除了小部分鼻梁较高的使用者需要专门定做眼镜之外,绝大多数顾客都可以放心选购。

据了解,这款眼镜原本只是“Bline Vase”公司在电视广告中开的一个玩笑,但出人意料的是,眼镜一经面世便迅速成为抢手货。目前,这款眼镜在日本的售价是 650 美元(约合人民币 4000 元),但这丝毫不影响消费者的购买热情。有消费者表示:“这款眼镜太炫了,我毫不犹豫地买下了它。我想,拿着它去找一个跟我一样需要戴眼镜的女士约会,肯定有趣极了。”

该眼镜公司的发言人也称:“这款产品十分符合我们公司一直以来倡导的设计理念——拉近人与人之间的距离。戴上这款眼镜,你不仅可以与你爱的人亲密接触,还可以清晰地看到与你相吻的另一半,这是一件多么美妙的事情。”



身为一个部门经理,若做事缺乏计划,就会给部属添麻烦,也会破坏彼此的信赖关系。那么,该通过哪些步骤让工作获得成功呢?答案就是请你尽早具体且明确地建构出蓝图。

建构蓝图的关键在于:“现在对这个部门来说,‘重要的事’是什么?”而我们已经决定好的“应完成任务”,就是部门里“重要的事”。此时,就应该以这些“重要事情”为主轴,重新调整部门里的业务,重要度较低的工作必须叫停,或是做到百分之六十或八十的程度即可,以优先把资源运用在重要的工作上。这时候即使遇到必须“舍弃”原有工作的情形,也千万不要畏惧。

不过,有很多部门经理在这时候经常弄错方向。有的会提出“我要推动新的业务,请让我增加人手吧”。只是依公司整体的人事政策以及各种状况,这种要求很难如愿以偿。

于是,一部分部门经理就会冒出另一个念头:“这么一来,根本没办法推动新业务嘛!”有这种想法的人,他们会认为责任都在别人身上。这种态度根本就做不来部门经理工作。

在经营管理上,当然必须为业绩目标做出最大努力。愈是遇到严苛的状况,愈需要部门经理高明的手腕。这时更应该决定出业务的优先顺位,把组织配合优先顺序重新调整。

一名胜任的部门经理必须有“自己来想办法”的态度。在被赋予的环境下,绞尽脑汁思考:“既然如此,我应该怎么做?”凭着自己和团队的力量采取行动。

工作是持续不断的巧思与改进。任凭事情自然发展,并不是真正的管理。我们必须具备在急流当中自己掌舵的气魄。

日本公司发明奇葩「接吻眼镜」

佚名

把资源运用在重要的工作上

黄怡筠