

企业楷模

看来可乐不仅是用来喝的,还可以用来玩的;瓶子不仅是被丢弃的废物,还可以变废为宝,废物利用。

■ 苗向东

在可口可乐与百事可乐新一轮竞争到白热化之际,可口可乐高层召开了一次战略研讨会,在座的有总裁、高管和开发、营销部门的精英。

总裁说:“就如何开发新产品,提高产品竞争力,提高销售量,大家说说看。”质量部门主管说:“看能不能研究出适合青少年新口味的产品。”销售部门主管说:“还是要搞促销,就像玩彩票一样,搞重奖。”……总裁听着,总觉得没有新意,便说:“我看,我们能不能跳出老的框框,比如别把可口可乐仅当作饮料,因为我们的理念是‘快乐’。”

总裁这么一提醒,倒是让有些人觉得不可思议,可口可乐不就是饮料,不就是用来喝的吗?但也有人眼睛一亮,创意总监就说:“过去我在东南亚看到他们用可乐瓶来做灯,让我印象非常深刻。”总裁马上说:“这个思路好,现在提倡绿色消费,就是要使产品贯穿可持续发展的理念,增加再循环利用率。”

在这次会议上创意部门主管说:“我有些开窍了,会后我再召集我们部门的同仁再研究。”就这样散会了。会后,创意部门马不停蹄地召集部门开头脑风暴会。有人提出现在喝可口可乐的消费群体大部分是年青人、学生和儿童,而现在这群人最大的毛病是都成了“低头族”,很快,有人提出了一个设想,研究一种“一人打不开的瓶盖”,即要打开瓶盖,必须两个人联合起来,其目的是鼓励内向的学生之间展开更多社交互动。很快一款名为“友谊之拧”的创意瓶盖研制出来了,即如果你试图拧开瓶盖,只有找到另外一个拿着相同瓶子,将瓶盖顶部对准,然后朝着互相相反的方向旋转,可乐瓶方

可口可乐:开拓思路 快乐重生



能打开。这个创意虽然有些“麻烦”和“不伦不类”,但是还是得到了领导的首肯,很快在哥伦比亚大学校园推出,由于他倡导鼓励学生之间展开更多的交流,不做低头族,一进校园推出就受到学生的热捧,这个活动虽然简单,但又确实让新生们在完全陌生的环境下产生向其他人打招呼的动力,同学之间在一次简短的合作之后,或许一段友谊就这样出现了。这个创意不仅让人们记住了产品,还宣传了正能量,很快在各大大专畅销,此事也成了各大媒体争相报

道的对象。

得知这个消息后,总裁指示:“这个思路好,我们就把它叫作‘快乐重生’计划,就朝着这个思路开拓,在瓶盖上做足文章,还要将饮用完的可乐塑料瓶变身有趣好玩的实用物品,以此鼓励消费者对饮料瓶的再循环利用,赋予塑料瓶第二次生命。”

很快,创意部门有了清晰的思路,他们就在喝完了的瓶子上大做文章,创意出了:喝过的可乐瓶子可以做成画笔——超级大容量的马克笔画笔,卷笔刀——削出来的木屑直接进到瓶身里,喷水瓶——哪里不湿,喷哪里,泡泡机——童年时候的最爱吹泡泡罐,小夜灯——晚上的小光亮。还有洒水枪、洗发水瓶子、婴儿玩具、花洒、哑铃、挤酱瓶。消费者只需购买一瓶可口可乐,就能获赠这些创意十足的有趣瓶盖,一共包含16样瓶盖装置,将它们拧到饮用完的可口可乐空瓶上,瞬间变身为生活中实用、有趣的物品或玩具,每一个瓶子仿佛都被重新赋予了新的生命,为人们的生活带来点滴、持续的快乐。

本来看来半要被丢弃的可乐瓶,就这样又能够“变废为宝”了,孩子觉得很好玩,很新奇,大人也觉得很环保,一举多得,纷纷购买,成功吸引了大批消费者,从而实现了营销最大的目标——利润的增长,还节省了广告费,拉长了消费链,真是一箭三雕,一举多得。

经营方法

插位战略,强调的就是如何使品牌在最短的时间内进入消费者的内心,并要名列前茅,享受尽可能大的市场份额,进而成为行业的翘楚。

找到对手的死穴

■ 李光斗

在火车站附近曾有两家旅馆,一家位于南面,广告语是“宾至如归”,北面一家悬挂的条幅是“旅客之家”。两家旅馆在火车站口都没有接待处,以便吸引更多的顾客,这两家旅馆竞争了十余年,都没有分出个胜负强弱来。后来,又有一家新旅馆开了在火车站西面,三足鼎立阵容由此拉开。这家新旅馆在开业第一天,便打出了“吃饭免费”的口号。这使得另外两家旅馆大伤元气,生意变得越来越糟糕。于是两家旅馆决定联手对付新旅馆,抢回自己的地盘。后来西面的旅馆撤下了那条“吃饭免费”的广告条幅,但是新的更具杀伤力的条幅展现在世人面前:“躺在床上听到火车声,住宿免费!”众所周知,噪声是火车站邻近旅馆的一大死穴,10年间南北两家旅馆竭力宣传自己的优势试图掩盖噪声的缺陷。但现在这家新旅馆居然打出了“宁静”这张牌,其无异于揭了南北两家旅馆的伤疤,触到了它们的死穴。无奈之下,南北两家旅馆开始打价格战,希望借此获得生存的机

会。但是,两家旅馆终究没有逃脱失败的命运,现今,南面的旅馆变成了超市,北面的旅馆已经改成游戏厅、录影厅和大排档,唯独西面的新旅馆生意依旧兴隆,条幅更是醒目:进入大厅一分钟无人接待,住宿免费;早晨在后山上听不到鸟叫声,住宿免费;在卧具上发现头发,住宿免费;在餐厅,您点的低价菜没有了,只得吃高价菜,住宿免费。

西面的旅馆之所以能够打败先于自己已经在消费者心中打拼多年的两位“前辈”,就在于其发现了一个新的市场空隙:静。且此市场空隙正是令竞争对手多年来羞于启齿的,具有颠覆性的武器。其在此空隙不断扩大的过程中,成为消费者心中住宿条件最好的旅馆,最后逼得两位“前辈”无奈退出市场,自己独享胜利果实!插位战略,强调的就是如何使品牌在最短的时间内进入消费者的内心,并要名列前茅,享受尽可能大的市场份额,进而成为行业的翘楚。作为后进者在面临强大对手的打压下,如果仅仅想凭借价格抢占市场,结果只能是两败俱伤,得不偿失。

设立一个“牢骚室”

■ 付朝旭

初入这家公司,就让我感到很很惊奇,会议室一旁的一个小单间,居然挂着“牢骚室”的牌子。经理笑着对我说,可别小看了这间牢骚室,它的作用可大着呢。那时不禁在想,公司只是工作的地方,谁会把自已的牢骚对同事说呢?

时间久了,我发现,每个月经理都会请我们吃一次饭。在席间,她会让我们每个人,倒出心中的苦水。那时,我极不适应这样的场面,倒是有些同事,相互之间都会指出对方不对的地方。

比方说工作上的一些小误会,再就是对于工作上存在的一些问题。甚至于有些人,还会把家里的事情拿出来讲,让大家帮着拿意见。话说开了,平日里存在的一些小误会,也都解开了,再工作的时候,大家的

状态都变得积极向上。

在公司待得时间长了,我才明白,公司之所以要设立牢骚室,以及每个月经理请大家聚餐一次,都是希望大家把负面情绪发泄出来,从而以更好的心态去面对工作上的一些事情。

经理曾说,人的坏情绪,如同垃圾一般,长时间堆积在心里,就会造成不良的影响。这样的情形,不仅会影响到自己,更会影响到别人。适当地发泄,将其以垃圾的形式倒出来,是非常有利于身心健康的。

经理的话说得一点都没错,同处一家公司,员工之间需要彼此的认同、合作与信任。也只有这样,工作效率才能得到提高。反之,如若长时间心情压抑,或者是员工之间有猜疑不信任,工作起来不仅感到别扭,还会影响工作效率。

问题面前别将下属单独“抛”出去

■ 莱行乐

我见过一位杰出的女性主管,她让我亲眼看见主管的勇气,她一路支持部属到底。

有一年,公司的产品出了一个很严重的问题,产品的尺寸设计没有考虑到国外货架的尺寸,而在英国与美国这两个重要市场上,渠道商的货架陈列空间比我们的产品小,也就是说,产品根本放不上去。因为这个疏失,造成了公司很大的损

失,产品必须重新包装,船运,以及重新设计,包括行销活动,全部都被打乱。这个疏失太过严重,每个人都想要躲到一旁。

这位主管很不一样,她主动地一起承担责任,陪着部属到财务副总的办公室里共同面对责难,并且事后一直尽责地将所有的事情都一一处理完,她是我印象中,负责任而又坚强的典范!

作为主管,遇事必须扛起责任,这样才能管理人力、领导人才。

中国惟一满族传统酿酒工艺品牌

辽宁 皇姑满族陈氏酒庄有限公司

苹果公司:当初为苹果电脑研发出麦金塔电脑的员工,公司请他们签名,并在该型号电脑的内部,把他们的签名全刻了上去。

大都会汽车公司:每个月选出表现优异的员工,然后利用经销商的电子看板,在上面打出“本月份优良员工”的名字。

联邦快递:用员工子女的名字来给新买的飞机命名。公司以抽签的方式来挑选幸运者,选中之后,不但把孩子的名字漆在飞机的鼻尖上,而且把孩子和他的家人送到飞机工厂,参加命名仪式。

大西洋贝尔电话公司:行动电话部,用优秀员工的名字作为中继站的站名。

太平洋瓦斯与电力公司:员工完成某一特殊任务时,类似轮船用的汽笛声便响彻四方。

克莱尔服饰连锁店:为了奖励某一位店面经理,地区经理选一个星期六,去代替那位店面经理工作一天。

当威京货运公司:雇进一批新员工时,一定会举行为期一天的新人训练,并由总裁或一位高级主管接待他们一小时。

玫琳凯化妆品公司:新员工,在进公司第一个月之内,公司创办人玫琳凯·艾许一定会接见他们。

福特汽车与美国电报电话公司:用他们的员工担任电视广告的角色。

印第安纳波利斯电力公司:为优秀员工付一个月或一年的停车费。

培尼百货公司:每隔四五年,会在全国十多个地方举行“确认”仪式,确认新来的店面经理。新来的店面经理在仪式上对公司的创办人做出承诺,在仪式结束时则获赠一枚胸针,代表荣誉、信心、服务及合作。

职场磨砺

天使与魔鬼是同时存在生活的每一个细节中的。每一天、每一件事、每一个危机的处理、每一项销售业绩的取得都记载着你的成长。只要在小事上不能学会沟通,就会使你的美丽人生打折一次。

遇事辞职就跟自杀的性质一样。挫折来了,你应该想到机会在对你说:征服我吧,有勇气的人这时就会及时的捕获它,并会有一个大长进。

当很多记者问起李亦非“你自己的魅力来源于什么”的时候,她都很快地说一些别的道理:健康的身体、通过劳动获得的富裕和看上去的美丽优雅。这是尼采说过的人生三个愿望。但李亦非实现了这三个愿望后再用这个来回答的话,就很耐人寻味了。

其实,是她思想让她成功了。而她思想的主流就是当经理人、就是要学会沟通。这看似简单的道理又是大多数职业经理人办不到的,所以中国目前到处都是职业经理人辞职的消息。

做职业经理人的她有很多机会尝到辞职的滋味。但这个女人就是不给老板这样的机会。为什么?她说,遇事辞职就跟自杀一样。她还举例说明,一次维亚康姆亚太区老板问她三个问题,她一个也没答上来,那个老板自然是数落了她一番,而且有点人身攻击的味道。她对自己说,“哭吗?争吗吗?”她冷静了一会儿说:老板,这是我的错。但有两个问题我是可以解释清楚的。事后她马上把老板要的数字交了上去。无论是否是自己的全部错误,作为职业经理人就不能把自己当成小女孩,而是要尽力地以理性去沟通。不然,你永远都不会有更多的机会实现你的抱负和水平。其实,比这样激烈的争执更多,但本质是一样的。她相信“十年磨一剑”。

这使我想到了最近采访过的一个美国公司职业经理人。他在一次犯过错误的时候尽管很委屈,但还是接受了老板的经济制裁后又接受了三个月的专职培训,给自己和老板一个共同相互交流的机会,事实是,他在6年后做到了中国区的一个五星级酒店的经理,培养了很多像他一样曾经年轻有为但又能抗拒风险的人。



工作和玫瑰

■ 朵拉

将工作当成娱乐的难度实在太高。很久以前便听过,多年以来做不到。

工作时候,一心盼望尽快完成,过来人看见,劝告:“慢慢做,先思考,再动手,细心处理,效果更理想。”谁不明白呢?可是,工作未完成,一份拘束往往紧缚得让人喘不过气,赶工是期待保留更多时间去休闲和娱乐,借此松懈精神压力。

工作却永远没有完成的时候。一个个案刚结束,另一个跟在后面追上来。

朋友赶工两个月,每天半夜三更和星星比赛睁眼不睡觉,见到人就呱呱叫:“再没得睡,皱纹和眼袋从此都不要和我分手,永恒爱恋我,这可行不行!”再能干的女人,

说到底还是女人。她还期盼着美好打算:“这个个案赶完,要求老板放长假,起码要睡两个星期,才能将失去的睡眠时间补回来。”工作果然完成后,她带一对熊猫眼睛去看老板,老板非常满意地对她微笑:“做得很好,给你一天假期,后天来开始新的个案。”

朋友说:“再这样下去,我会精神崩溃。”

一位日本泥水匠,在工作时,于面前放一朵玫瑰。一边工作一边嗅着玫瑰的香味,手一停下,便瞧望美丽的花朵。随着工作的进度,把面前的玫瑰一再移高,让玫瑰永远在他面前。

工作令人疲惫,厌倦;而玫瑰使人精神,鲜活。

明天,要记得带一朵玫瑰去上班。

七种颜色的伦敦火车站

■ 佚名

伦敦火车站可以说是世界上最繁忙的交通枢纽之一,每年世界各地的人来英国旅游,几乎都要从伦敦出发去往其他旅游城市。

伦敦火车站分为地上、地面、地下三层,每层有十六个进出口。每天要接待两三百万人。刚建成时,因为世界各地的游客语言不通,火车站的环境又复杂,每天坐错车要求退票改签的旅客有上千人,高峰时期一天曾有上万人赶不上车或是坐错车。

当时火车站的领导发动大家集思广议,想方设法改变这种状况。有人建议,增加人手,在每个候车室、月台做引导。但这种方案被否定了,因为世界各地的旅客不是每个人都懂英文。

有人说这种现象很正常,这么多车,这么多人,车站的工作人员有限,出点差错在所难免。

有一个聪明的年轻人想了个办法,就是把自动售票机出售的车票的颜色和候车室的颜色以及月台的颜色要乘坐的火车的颜色等同起来。

比如,旅客从自动售票机上买一张到曼彻斯特的车票,车票是蓝色的,旅客就去蓝色的的候车室候车,然后上蓝色的月台,最后上蓝色的火车。这样的流程,保证了你只要不是色盲,即使你一个英文也不认识也能到达目的地。