

这里,为你提供商业理念与商业智慧。

香草冰淇淋让汽车过敏 “那是不可能的”吗?

一天,一位客户写信给美国通用汽车公司的庞帝雅克部门,抱怨道:他家习惯每天在饭后吃冰淇淋。最近买了一部新的庞帝雅克后,每次只要他买的冰淇淋是香草口味,从店里出来车子就发动不了。但如果买的是其他口味,车子发动就很顺利。

庞帝雅克派一位工程师去查看究竟,发现确实是这样。这位工程师当然不相信这辆车子对香草过敏。他经过深入了解后得出结论,这位车主买香草冰淇淋所花的时间比其他口味的要少。原来,香草冰淇淋最畅销,为便利顾客选购,店家就将香草口味的特别分开陈列在单独的冰柜,并将冰柜放置在店的前端;而将其他口味的冰淇淋放置在离收银台较远的地方。

深入查究,发现问题出在“蒸气锁”上。当这位车主买其他口味时,由于时间较长,引擎有足够的时间散热,重新发动时就没有太大的问题。买香草冰淇淋由于花的时间短,引擎还无法让“蒸气锁”有足够的散热时间。

对待用户所反映的问题,最关键的是我们的“态度”和“理解力”。当碰到问题时,不要直接就说“那是不可能的”,而是投入我们真诚的努力,冷静地思考问题的症结,积极地寻求解决问题的方法。只要我们真诚和用心,问题就会迎刃而解。

龟兔重赛兔子又输了 战略决定胜负

有一则新寓言故事:兔子与乌龟赛跑输了以后,总结经验教训,并提出与乌龟重赛一次。赛跑开始后,乌龟按规定线路拼命往前爬,心想:这次我输定了。可当到了终点,却不见兔子,正在纳闷时,见兔子气喘吁吁地跑了过来。乌龟问:“兔兄,难道又睡觉了?”兔子哀叹:“睡觉倒没有,但跑错了路。”原来兔子求胜心切,一路上埋头狂奔,恨不得三步两蹶就到终点。估计快到终点了,它抬头一看,发觉竟跑在另一条路上,因而还是落在了乌龟的后面。

竞争道路上,你的实力再足、条件再好,也要依赖于明智的战略指导。可以说,战略决定胜负。

什么也不做的话 神仙也救不了你

一男子去买车,需要10万元,可男子只带了现金99998元,就差2元钱!突然,他发现门口有一个乞丐,就过去对乞丐说:“求你了,给我2元钱吧,我要买车!”乞丐听后,大方地拿出4元钱递给男子,说:“帮我也买一辆。”

这个故事告诉我们,如果你完成了九成以上的任务,那么任何人都可以轻而易举地助你成功,相反,你什么也不做的话,神仙也救不了你。



人生中许多东西值得留恋 有时你必须学会放弃

有两个人相约到山上去寻找精美的石头,甲背了满满的一筐,乙的筐里只有一个他认为是最精美的石头。甲就笑乙:“你为什么只挑一个啊?”乙说:“漂亮的石头虽然多,但我只选一个最精美的就够了。”甲笑而不语,下山的路上,甲感到负担越来越重,最后不得已,不得不不断地从一筐石头中挑一个最差的扔下,到下山时他的筐里也只剩下一个石头!

人生中总会有许多地方需要选择,有时会很痛苦,但你必须选择放弃。放弃,并不意味着失去,因为只有放弃才会有另一种获得。人生中有许多东西值得留恋,有的时候你应该学会放弃。

阿喀琉斯之踵 呼唤“零缺陷”管理

古希腊神话中有一位伟大的英雄阿喀琉斯,他有着超乎普通人的神力和刀枪不入的身体,在激烈的特洛伊之战中无往不胜,取得了赫赫战功。但就在阿喀琉斯攻占特洛伊城奋勇作战之际,站在对手一边的太阳神阿波罗却悄悄一箭射中了伟大的阿喀琉斯,在一声悲凉的哀叹中,强大的阿喀琉斯竟倒下去了。

原来这支箭射中了阿喀琉斯的脚后跟,这是他全身唯一的弱点,只有他的父母和天上的神才知道这个秘密。在他还是婴儿的时候,他的母亲、海洋女神忒提斯,就曾捏着他的右脚后跟,把他浸在神奇的冥河中,被河水浸过的身体变得刀枪不入,近乎于神。可那个被母亲捏着的脚后跟由于浸不到水,成了阿喀琉斯全身唯一的弱点。母亲造成的这唯一弱点要了儿子的命!

由于局部细微的弱点而导致全局的崩溃,就是这则寓言所揭示的道理,管理也同样如此。企业生产经营的每一个环节,与市场销售及售后服务都密不可分,一个零部件装配的失误,就可能给整个企业带来巨大甚至致命的损失。因此,一定要全力把好质量关。“零缺陷”管理就是对质量控制与保证的管理创新。

患者错失机会 智者善抓机会 成功者创造机会

A在合资公司做白领,觉得自己满腔抱负没有得到上级的赏识,经常想:如果有一天能见到老总,有机会展示一下自己的才干就好了!

A的同事B,也有同样的想法,他更进一步,去打听老总上下班的时间,算好他大概会在何时进电梯,他也在这个时候去坐电梯,希望能遇到老总,有机会可以打个招呼。

他们的同事C更进一步。他详细了解老总的奋斗历程,弄清老总毕业的学校、人际风格、关心的问题,精心设计了几个简单却有分量的开场白,在算好的时间去乘坐电梯,跟老总打过几次招呼后,终于有一天跟老总长谈了一次,不久就争取到了更好的职位。

患者错失机会,智者善抓机会,成功者创造机会。机会只给准备好的人,这准备二字,并非说说而已。

企业如何才能不战而胜? 先来吃透“放哨的白雁”理论

白雁经常聚集到湖边,许多白雁常在那里挑选合适的地方栖息。雁群头领还安排了一只白雁守夜放哨,看见有人来了就鸣叫报警。湖区的猎人熟悉了白雁的生活习性。一到晚上,他们就有意点亮火把。放哨的雁看见了火光,就嘎嘎地叫了起来,猎人又把火弄灭了。等到雁群受惊飞起来时,什么动静也没有了,雁群又放心地落回原处休息。

这样反复三四次后,群雁以为是放哨的雁有意欺骗它们,就都去啄它。这时,猎人举着火把向雁群靠近。放哨的雁怕群雁啄它,不敢再叫。酣睡中的雁群被猎人一网捕捉,没有一只逃脱。

任何一个企业都会面临着市场的考验,当竞争对手第一次试探的时候,企业建立起的预警系统——“放哨的白雁”起到了作用,企业严阵以待,却不见对手有什么反应。但是经过反复试探之后,连企业自己也逐渐放松了警惕,致使竞争对手不战而胜。

只会对老虎发命令 “成功”经验也会一败涂地

有一个人在荆州做官时,山上的老虎常出来吃人和家畜。老百姓要求县官除去饿虎。这个人只下了一道驱逐老虎的命令,叫人刻在很高的岩石上,凑巧那只老虎因故离开了荆州,他就得意地认为他的命令生效了。

不久,他被调到另一个地方做官。这个地方的老百姓非常刚强,很不容易治理。他认为刻在荆州岩石上的命令既然能够制服凶恶的老虎,便以为也能够镇住会识文断字的百姓,于是托人去荆州描摹那个石刻。

结果,这个地方不但没有治理好,这个官反而因为治理不当而丢了官。

许多企业都有营销成功的历史,它们依靠这些方法取得丰厚的利润。但是当一个新的市场出现在面前的时候,环境变了、消费者的心理变了,企业原有的“成功”方法却在这时使企业一败涂地。