

谈经论道

手机将成为人类的亲密伴侣

小米是一个很小的公司,我们4年多前创办,我相信没有人相信3年前刚刚做手机的小米成了世界第三...

我觉得手机和人的关系越来越亲密,就像人的一部分,甚至说它就是人的亲密伴侣。手机就像随身的电脑,但是它比随身的电脑要强大多了...

智能手机现在已经很普及了,大家都在享受智能手机带来的好处,它变成你这个世界连接的工具。很多人觉得手机的屏幕很小,我的观点

是也许未来这个世界到处都是屏幕,手机是你随身的电脑,你所想看的都可能会自动映射到你最近的屏幕上...

接着我又做了智能路由器,我为什么做路由器这么传统和古老的东西呢?其实因为路由器是家里唯一的一个24小时开机的联网设备...

随着这种连接的开始,我认为未来手机可以连接我们办公室、家庭、个人的各种各样的设备和传感器,手机越来越成为人的一部分,成为

你的亲密伴侣。这种连接怎么能变成现实呢?我觉得最难的是找到一个又一个小的应用场景,产生穿透性的突破...

两三年前大家开始用智能手环,但是仅仅局限在一个很小的人群里面,智能手环如此重要的传感器和设备为什么不能普及呢?我觉得需要解决几个问题...

第二,我们解决了一个更重要的问题,以往的手环设计功耗只能支撑5-7天,我们做小米手环的时候提的目标是90天,但是很遗憾,我们现在只能到50-60天...

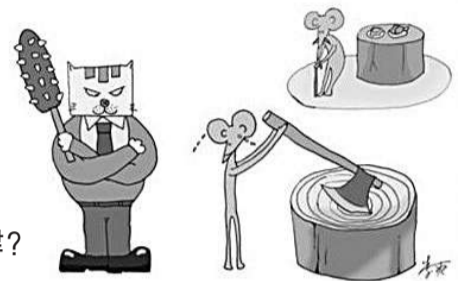
整个可穿戴设备、办公室的智能设备、家庭的智能设备要一个一个场景去穿透,把这些场景变得足够普及,那手机作为人的亲密伴侣所起到的作用就会越来越与众不同...

(本文节选自小米科技创始人、董事长兼首席执行官雷军,在2014首届世界互联网大会“中外互联网领袖高峰论坛”上的发言,来源:新浪财经)

管理速递

蓝斯登定律 给员工快乐的工作环境

在工作的环境中,最能够激励人心的做法,莫过于照顾员工的感觉,考虑员工的情绪,关爱员工的需要,帮助员工建立自尊自重的态度...



什么是蓝斯登定律?

提出者:美国管理学家蓝斯登。蓝斯登认为,心情舒畅的员工,而不是薪水丰厚的员工,工作效率是最高的。愉快的工作环境会使人称心如意...



解读

连续20年保持赢利的美国西南航空公司,通过处处为员工提供支持,保持了员工对公司的高度认同和工作热情。

西南航空公司要求管理层要经常走近员工,参与一线员工的工作,倾听员工的心声,告诉员工关于如何改进工作的建议和思想。与其他服务性公司不同的是,西南航空公司并不认为顾客永远是对的...

赫伯·克勒赫说:“也许有其他公司与我们公司的成本相同,也许有其他公司的服务质量与我们公司相同,但有一件事它们是不可能与我们公司一样的,至少不会很容易,那就是——我们的员工对待顾客的精神状态和态度。”

亨利公司是美国一家有世界级影响的超级食品公司,它的分公司和食品工厂遍及世界各地,年销售额在60亿美元以上,其创办者是亨利·海因茨。

亨利公司能取得这样的成功,与亨利注重在公司内营造融洽的工作气氛有密切关系。在当时,管理学泰斗泰勒的科学管理方法盛极一时。在这种科学管理方法中,员工被认为是“经济人”...



启示

有很多公司管理者,比较喜欢在管理岗位上板起面孔,做出一副父亲的模样。他们大概觉得这样才能赢得下属的尊重,树立起自己的权威,从而方便管理。这是走入管理误区的表现。

欧美管理学家经过对人类行为和组织管理的研究,提出了快乐工作的四个原则:原则一:允许表现;原则二:自发的快乐;原则三:信任员工;原则四:重视快乐方式的多样化。

三只松鼠 守住坚果王位并非易事

文·石章强 李孔虎

安徽三只松鼠电子商务有限公司于2012年6月19日在天猫商城正式上线,是一家以坚果、干果、茶叶等森林食品的研发、分装及网络自有B2C品牌销售的现代化新型企业。

2012年8月三只松鼠上线仅仅2个月便荣登天猫商城坚果类销售冠军,2013年全国销售额高达3.26亿元,轻松卫冕天猫商城坚果类桂冠。按其预计2014年全年销售额将近10亿元。

风光数字的背后是坚果王位的宝座更加稳固?还是像当年的凡客、麦包包等品牌一样表面风光无限实则暗潮汹涌、问题多多,正面临成长的烦恼和战略的迷茫呢?

发货危机 能否靠赔偿解决

2012年11月11日,三只松鼠首次参加双十一大促,日销售额766万,名列食品电商销售第一名,面对蜂拥而来的订单,三只松鼠首次出现发货危机,货单不能在承诺的时间内发出。

而2014年1月三只松鼠已经在坚果王朝封王一年有余,产品大促期间再次遭遇发货危机,积压的货单带来了顾客的各种投诉,公司苦心经营获得的声誉遭遇信任危机。

这一决定尽管让三只松鼠勉强化解此次危机,但面对日益挑剔的消费者,仅仅靠赔偿来解决危机已是最低端的手段,虽能解决消费者的怒火却不能换来他们的信任与赞扬。

作为坚果电商领袖,一到大促期间就会出现发货危机,虽有订单巨大带来的客观原因,但背后或许是三只松鼠在物流和供应链方面出现了问题。

渠道单一 前景并不让人乐观

三只松鼠认为网络可以缩短与消费者之间的距离,如果线下开店必然增加流通环节,会破坏产品的新鲜度,进而影响消费者体验,削弱品牌力。

三只松鼠全面覆盖的线上销售渠道虽然满足了大部分网络消费者的需求,却将更多不会网购或不愿网购的消费者推出在松鼠主人之外。

三只松鼠全面覆盖的线上销售渠道虽然满足了大部分网络消费者的需求,却将更多不会网购或不愿网购的消费者推出在松鼠主人之外。单腿跑路的坚果之王能跑多久能跑多远,前景岂能让人乐观?

目标人群 得年轻人不足以得天下

据最新市场调研数据显示,坚果等休闲食品的消费人群范围非常广,年龄跨度从15岁到65岁之间。由于三只松鼠的销售渠道现在全部集中线上,而网络消费主力

吃坚果,认准这个大头!

这个大头,已经卖疯了互联网... 这个大头,已经改变了中国食品产业...



军是80后和90后,三只松鼠的目标人群也一直定位为这一人群,却忽略了实际家庭采购决策者和购买者的广大成熟消费人群。

三只松鼠定位的目标人群更倾向年轻化,将更多有消费能力的80前成熟人群排除在消费人群之外。一旦其他休闲食品品牌加大线上促销宣传力度,将会大大分流三只松鼠的现有消费群体。

年轻团队 初生牛犊面临考验

三只松鼠由它的创始人兼CEO“松鼠老爹”章燎原带领,最初是由5名创始人团队组建,到目前公司全国雇员超过600余人,平均年龄23.5岁,是全国最年轻的电商团队。

公司成立之初,年轻团队的战斗力和创造力是三只松鼠能够取得快速成长的重要因素之一,比如工厂车间在分装产品打包包裹时,为了提升工作效率,工厂部创新地将产品分为红、黄、蓝、绿四种颜色。

随着迅猛崛起,三只松鼠成为了高速发展的明星企业,但由于管理团队缺乏管理经验,或将让三只松鼠的“试错”成本越来越高。并且,由于成员太过年轻,心智不够成熟,便会影响到工作质量。

卖萌文化 或会遇瓶颈遭嫌弃

三只松鼠的客服部叫“全球主人满意中心”,客服身为“松鼠星人”,专门为顾客“主人”递送一种叫做“鼠小箱”的包裹,拍下产品叫“领养一只鼠小箱”。

鼠就是靠这些新颖独特的创意迅速得到了消费者的接受与认可,并在消费者中获得持续不断的口碑传播,迅速、有效地扩大了三只松鼠的美誉度和影响力。

80、90后作为网购消费的主力军,他们对反墨守成规、喜欢刺激和新鲜的生活方式。与此同时,他们喜欢分享与表达,遇到新颖独特和超预期的购物体验毫无保留地分享给身边的伙伴。

独特服务 被模仿丧失优势

仅靠产品质量好就能牢牢消费者的时代已经一去不复返,要想打动消费者,就要给他们超越预期的服务。三只松鼠成立之初就意识到超越预期服务的重要性。

三只松鼠凭借“超预期服务”迅速转化成口碑,助其销量收放自如。然而任何一个好的营销方法都会被竞争对手的疯狂模仿甚至超越。

之前三只松鼠凭借“超预期服务”对竞争对手形成的优势已经荡然无存,三只松鼠若想在服务方面重新确立起竞争优势,必须在“超预期服务”方面做出改进与创新。

(石章强系锦坤文化发展集团创始人,上海品牌委员会秘书长、国务院发展研究中心特聘研究员)

专家点评

锦坤品牌研究院认为,三只松鼠若想避免王位易主之痛,必须要拿出公司成立之初的勇气和创造力,尤其是在品牌、产品、服务、渠道等方面加大创新力度,再次建立三只松鼠的先发优势和持续优势,而不是凭借着发展惯性放大“啤酒效应”...

如果三只松鼠能将现在面临的危机转变为产品和品牌再次升级的机遇,守住坚果之王的宝座也就水到渠成了。

石章强

世界之窗

做好准备走出去 逼近梦想中的工作

由于不断有年轻职场人士向谷歌执行董事长埃里克·施密特和前产品高级副总裁乔纳森·罗森伯格询问事业方面的建议,于是,他们合著了新书《谷歌如何运转》,将他们的宝贵经验和教训倾囊传授。

“在谷歌,我们总是让前来讨教学习的人查看我们的创始人在2004年上市时撰写的信函,以及埃里克和拉里·佩奇后来撰写的内部战略备忘录。”施密特和罗森伯格写道。他们解释说,谷歌大多数员工认为自己太忙而没有时间阅读它们,结果他们因为没有把公司的价值和战略放在优先位置而错过了自身发展的好时机。

对于你自己创办的公司,你也应该尽可能多地了解它所处的行业。你要了解行业动态,建立你在领域内的人脉关系网络,并增强彼此之间的信息交流。

这样做的一个简单的办法就是利用Twitter联系你在行业中的顶级企业和重要的新闻媒体。随时做好准备

随时准备好利用乘坐电梯的工夫阐述你的当前和未来目标。想象一下,你在电梯门口遇到了你的CEO,然后他问你最近在做什么,你只有30秒的时间来回答他。

这个时候你就不能长篇大论地漫谈了。你应该随时准备好简明扼要地解释你正在做什么,你的动力是什么,你如何衡量你的成功,以及你的目标如何与公司的大目标保持一致。

如果你正在找工作,那么你应该准备好在

30秒钟的时间内重点阐述你的简历中最有意思的部分,然后解释你将如何在面试的公司中发挥你的影响力。“你要说出你有哪些别人没有的能力。”施密特和罗森伯格说。

到陌生的地方去 施密特和罗森伯格建议,如果你有机会走出你的舒适区,到陌生的地方开展工作,那么你就应该抓住它。

企业,无论大小和经营范围如何,都是全球性的,尽管人类往往习惯于选择自己熟悉的地方开始生活。你在潜意识里可能会认为你的所有客户以及行业中的所有其他公司都与你在相同的地区。

施密特和罗森伯格建议,趁着你年轻的时候,争取机会到你公司的海外分公司去工作;如果你的公司没有这样的机会,那么就趁你旅游的时候

了解一下你所在的行业在世界各地的发展情况。例如,如果你在媒体行业,你可以在你旅游的任何地方拿起一份报纸,研究一下他们阐述新闻的方式与国内有何不同。

统一激情和贡献 在巴纳德学院毕业典礼上发表演讲时,Facebook COO谢丽尔·桑德伯格(Sheryl Sandberg)说:“我们的终极享受是将激情与贡献统一起来。”

施密特和罗森伯格认同这种看法,他们表示你的事业上有一个永恒的目标就是:你不仅热爱你的工作,而且还能凭你的工作给你提供舒适的生活,并对全世界产生影响。

当然,他们理解达到这个平衡的难度。因此,他们提出了一个循序渐进的方法:“让你的五年计划中的理想工作不断逼近你梦想中的工作。”

(来源:腾讯科技)