

“想要比同業第二名成長10倍，
其實只要贏10%就夠了！”



互聯網之神

貝佐斯

揭開網路銷售，你所不知的8個勝出關鍵

- ✓ 為何他能用極少的資源，打敗美國最大書店？
- ✓ 為何他願意連虧10年，只為了追求服務品質？

推薦人 | TEDxTaipei 策展人暨 TED 亞洲
1分間ジェフ ベゾス 張秀慧◎譯

著作超過120本商管名師 西村克

優渥叢書

互聯網之神

貝佐斯

揭開網路銷售，你所不知的8個勝出關鍵

推薦人：TEDxTaipei 策展人暨 TED亞洲大使 許紹雄
1分鐘シェフ ヘソス 張秀慧◎譯

著作超過120本商管名師 西村克己◎著

Business 005

互聯網之神 貝佐斯

揭開網路銷售，你所不知的8個勝出關鍵

作者／西村克巳

譯者／張秀慧

封面設計／蕭壽佳

內頁排版／思 思

責任編輯／王映茹

副主編／王映茹、皮海屏

發行組長／林怡秀

會計經理／陳碧蘭

發行經理／高世權、呂和儒

總編輯、總經理／蔡連壽

出版者／大樂文化有限公司

地址：台北市 100 衡陽路 20 號 3 樓

電話：(02) 2389-8972

傳真：(02) 2388-8286

詢問購書相關資訊請洽：2389-8972

郵政劃撥帳號／50211045 戶名／大樂文化有限公司

香港發行／豐達出版發行有限公司

地址：香港柴灣永泰道 70 號柴灣工業城 2 期 1805 室

電話：852-2172 6513 傳真：852-2172 4355

法律顧問／第一國際法律事務所余淑杏律師 / 柯俊吉律師

印刷／科億印刷股份有限公司

出版日期／2015 年 11 月 9 日

定價／280 元（缺頁或損毀的書，請寄回更換）

I S B N 978-986-92180-6-1

有著作權，侵害必究 All rights reserved.

1-PUNKAN JEFF BEZOS

BY KATSUMI NISHIMURA

Copyright © 2014 KATSUMI NISHIMURA

Original Japanese edition published by SB Creative Corp.

Chinese (in Traditional character only) translation copyright © 2015 by Delphi Publishing Co., Ltd.

Chinese (in Traditional character only) translation rights arranged with SB Creative Corp., Tokyo through Bardon-Chinese Media Agency, Taipei

作者序

以地球最大河川命名，因為他想建立世界最大書店／011

1

成功心法

—— 揭開互聯網之神，
貝佐斯的做事態度

- 決定 ▼ 用「後悔最小化」，做出不後悔的決定／021
- 機會 ▼ 把「網路潮」當成十九世紀的「淘金潮」／023
- 定位 ▼ 該賣什麼？不該賣什麼？缺口在哪裡？／025
- 修正 ▼ 你得勇敢破壞，自己定下的完美計畫／027
- 心態 ▼ 把失敗說在前頭，行動時才無後顧之憂／029
- 互補 ▼ 慎選合作對象，才有可能在最佳地段「開店」／031
- 簡單 ▼ 三個公司名稱命名法，打響知名度／033
- 品質 ▼ 當危機來臨，別為了成本切斷「企業的生命線」／035
- 高度 ▼ 不只是為了自己公司奮鬥，同時也要有使命感／037

2

行銷戰略

網路世界，
你只要贏對手一〇%即可

- 你一直記得顧客，顧客就會一直記得你／045
- 競爭者攻擊時，你是慌亂還是記得自己的強項呢？／047
- 改變顧客的消費習慣，你得找出壓倒性價值的關鍵／049
- 網路世界只要贏對手一〇%，就能比同業第二名成長十倍／051
- 「有點爛」、「很差」的評價，千萬別只當一般客訴處理／053
- 做錯了，該怎麼賠償顧客才對？貝佐斯有答案／055
- 如何幫顧客省錢、省時，是網路勝出的關鍵／057
- 冷漠、算計的企業，還不如有點人情味／059
- 投資谷歌及臉書，再創高峰／061
- 什麼都賣，賣什麼都不奇怪／063

3

品牌經營

不打廣告，
只聚焦把服務做透

- 什麼都可以改變修正，但絕不動搖這「三項原則」／071
- 不再追求七〇%的宣傳，而是該做好七〇%的服務／073
- 所謂良好的服務，就是遵守與顧客之間的約定／075
- 把客訴變轉機！顧客服務是所有員工的職責／077
- 不辜負消費者期望，才能建立良好的品牌形象／079
- 不考慮未知消費者，而是應該滿足所有消費者／081
- 別過度在意對手，最好的競合策略是……／083
- 撤除行銷部，重視口耳相傳／085
- 用網路書評的力量，借力使力／087
- 人類喜歡避難就易，你的產品夠簡單了嗎？／089

4

眼光放遠

懂得蟄伏與耐心，
才能做到第一

- 嘗試新事物時，得耐心做到盡善盡美／097
- 當科技業都在比速度，他卻寧願做好萬全準備／099
- 站在頂端也要不斷進步，才是永續經營的方法／101
- 善用豐田式思考法，聰明降低時間與成本／103
- 改變大家的消費習慣，你得抓住「新鮮的引導者」／105
- 對前瞻目標堅持到底，但對細節作法保有彈性／107
- 經營事業和投身慈善，都需要把眼光放遠／109
- 不要自欺欺人，只會忍耐無法帶來成功／111
- 思考問題時拉長時間軸，就能有效減少競爭對手／113
- 資助超長期的「萬年時鐘」，展現的是亞馬遜的「酷」／115

5

進化計畫

以訓練肌肉的精神，
一步步養成企業的改革體質

- 企業改革成功關鍵在於：信念、勇氣與耐力／123
- 創新就像鍛鍊肌肉，不常使用就會逐漸衰退萎縮／125
- 亞馬遜的挑戰文化：無懼失敗／127
- 「沒有前例」不是理由，就讓自己變成前例吧！／129
- 從「基本功能」著手，就能創造與眾不同的商品／131
- 阻礙是改革的最大助力，沒有反對就不會有檢討／133
- 讓反對者看見未來願景，就能讓他們為改革出心力／135
- 降低實驗費用、增加實驗次數／137
- 保持尋求答案的態度，因為十年後的狀況，最多只能預測二％／139

6

逆向策略

亞馬遜一反常規忽略利潤，
卻因此站穩無法取代的品牌地位

- 企業經營不該受股價影響，時間會證明一切／147
- 只會不會失敗的保守投資，無法創造長期利潤／149
- 不以利潤和收支定經營方針，要掌握的只有未來的市占率／151
- 亞馬遜是否值得投資？決定的人是消費者／153
- 把錢花在刀口上，但要吝投資在顧客服務／155
- 不花對消費者沒意義的錢，節儉能讓人學會臨機應變／157
- 用高品質低利潤競爭，就能輕鬆獨占市場／159
- 訂定產品價格時，要考慮所有消費者的接受程度／161
- 為了遠大的太空夢，他無視利潤放手一搏／163
- 為了將夢想傳承給下一代，沒利潤、沒好處他也無妨／165

7

商品開發

貝佐斯每天早上睜開眼，
想的都是如何為消費者「帶來驚奇」

- 了解創造前必須先破壞，就是亞馬遜的強項／173
- 把消費者的反饋做為試金石，取代大量的創新實驗／175
- 別忽略消費者的大數據，你就能做出最好的選擇／177
- 成功不是要贏過某個公司，而是不斷為消費者改進／179
- 改進加上獨特想法，就不用模仿其他公司／181
- 不活在他人的陰影下，每天都想著要驚豔四座／183
- 反覆選擇，累積你強大的經驗／185
- 不要只學會用Excel，而是該學如何做Excel軟體／187
- 對於改變，不該有絲毫猶豫／189

目錄

CONTENTS

8

組織戰略

縮小行動小組編制，
延攬優秀人才

- 不是人才就不錄用，且標準要嚴格／197
- 人生苦短，沒空跟無趣的人打交道／199
- 只要相信世界會改變，就能肩負改變的責任／201
- 三〇%理想＋三〇%員工素質＋四〇%偶然＝企業文化／203
- 即使要併購，也得尋找有相同文化的公司／205
- 唯有真正保有熱情的人，才有能力脫離艱困時期／207
- 兩個披薩就能餵飽的人數，才是最有效率的行動小組／209
- 持續挑戰新事物的企業，必須要有固執的核心人物／211
- 想要成為創造歷史的人，就要聰明且猛烈地工作／213
- 根本不需要擔心，創造奇蹟的人會再出現／215

優渥叢書

互聯網之神

貝佐斯

揭開網路銷售，你所不知的8個勝出關鍵

推薦人：TEDxTaipei 策展人暨 TED亞洲大使 許紹雄
1分鐘シェフ ヘソス 張秀慧◎譯

著作超過120本商管名師 西村克己◎著

作者序

以地球最大河川命名，因為他想建立世界最大書店／011

1

成功心法

揭開互聯網之神，
貝佐斯的做事態度

- 決定 ▼ 用「後悔最小化」，做出不後悔的決定／021
- 機會 ▼ 把「網路潮」當成十九世紀的「淘金潮」／023
- 定位 ▼ 該賣什麼？不該賣什麼？缺口在哪裡？／025
- 修正 ▼ 你得勇敢破壞，自己定下的完美計畫／027
- 心態 ▼ 把失敗說在前頭，行動時才無後顧之憂／029
- 互補 ▼ 慎選合作對象，才有可能在最佳地段「開店」／031
- 簡單 ▼ 三個公司名稱命名法，打響知名度／033
- 品質 ▼ 當危機來臨，別為了成本切斷「企業的生命線」／035
- 高度 ▼ 不只是為了自己公司奮鬥，同時也要有使命感／037

2

行銷戰略

網路世界，
你只要贏對手一〇%即可

- 你一直記得顧客，顧客就會一直記得你／045
- 競爭者攻擊時，你是慌亂還是記得自己的強項呢？／047
- 改變顧客的消費習慣，你得找出壓倒性價值的關鍵／049
- 網路世界只要贏對手一〇%，就能比同業第二名成長十倍／051
- 「有點爛」、「很差」的評價，千萬別只當一般客訴處理／053
- 做錯了，該怎麼賠償顧客才對？貝佐斯有答案／055
- 如何幫顧客省錢、省時，是網路勝出的關鍵／057
- 冷漠、算計的企業，還不如有點人情味／059
- 投資谷歌及臉書，再創高峰／061
- 什麼都賣，賣什麼都不奇怪／063

3

品牌經營

不打廣告，
只聚焦把服務做透

- 什麼都可以改變修正，但絕不動搖這「三項原則」／071
- 不再追求七〇%的宣傳，而是該做好七〇%的服務／073
- 所謂良好的服務，就是遵守與顧客之間的約定／075
- 把客訴變轉機！顧客服務是所有員工的職責／077
- 不辜負消費者期望，才能建立良好的品牌形象／079
- 不考慮未知消費者，而是應該滿足所有消費者／081
- 別過度在意對手，最好的競合策略是……／083
- 撤除行銷部，重視口耳相傳／085
- 用網路書評的力量，借力使力／087
- 人類喜歡避難就易，你的產品夠簡單了嗎？／089

4

眼光放遠

懂得蟄伏與耐心，
才能做到第一

- 嘗試新事物時，得耐心做到盡善盡美／097
- 當科技業都在比速度，他卻寧願做好萬全準備／099
- 站在頂端也要不斷進步，才是永續經營的方法／101
- 善用豐田式思考法，聰明降低時間與成本／103
- 改變大家的消費習慣，你得抓住「新鮮的引導者」／105
- 對前瞻目標堅持到底，但對細節作法保有彈性／107
- 經營事業和投身慈善，都需要把眼光放遠／109
- 不要自欺欺人，只會忍耐無法帶來成功／111
- 思考問題時拉長時間軸，就能有效減少競爭對手／113
- 資助超長期的「萬年時鐘」，展現的是亞馬遜的「酷」／115

5

進化計畫

以訓練肌肉的精神，
一步步養成企業的改革體質

- 企業改革成功關鍵在於：信念、勇氣與耐力／123
- 創新就像鍛鍊肌肉，不常使用就會逐漸衰退萎縮／125
- 亞馬遜的挑戰文化：無懼失敗／127
- 「沒有前例」不是理由，就讓自己變成前例吧！／129
- 從「基本功能」著手，就能創造與眾不同的商品／131
- 阻礙是改革的最大助力，沒有反對就不會有檢討／133
- 讓反對者看見未來願景，就能讓他們為改革出心力／135
- 降低實驗費用、增加實驗次數／137
- 保持尋求答案的態度，因為十年後的狀況，最多只能預測二％／139