

王國隆◎著

叫我 掃地王



留美 MBA 打掃清潔，掃出 5 億元一片天！

國家圖書館出版品預行編目資料

叫我掃地王 / 王國隆著；一初版—臺北市：平安文化，2004【民93】

面：公分。(平安叢書：第249種)(邁向成功叢書：33)

ISBN 957-803-475-X (平裝)

1. 王國隆—傳記 2. 企業管理 3. 成功法

782.886

93007702.



平安叢書第249種

邁向成功叢書 33

叫我掃地王

作者—王國隆

發行人—平雲

出版發行—平安文化有限公司

台北市敦化北路120巷50號 電話◎2716-8888

郵撥帳號◎18420815號

香港星馬—皇冠出版社(香港)有限公司

總代理 香港灣仔告士打道88號19樓

電話◎2529-1778 傳真◎2527-0904

出版統籌—盧春旭

出版策劃—龔穗甄

編務統籌—孟繁珍

美術設計—陳韋宏

校對—余素維·鮑秀珍·邱薇靜·孟繁珍

行銷企劃—簡伊玲

印務—林莉莉·林佳燕

著作完成日期—2004年3月

初版—刷日期—2004年5月

法律顧問—王惠光律師

有著作權、翻印必究

如有破損或裝訂錯誤，請寄回本社更換

讀者服務傳真專線◎02-27150507

皇冠文化集團網址◎www.crown.com.tw

電腦編號◎368033

國際書碼◎ISBN 957-803-475-X

Printed in Taiwan

本書定價◎新台幣280元 / 港幣93元



異軍突起要靠真正的實力！

【台灣惠氏股份有限公司總裁】谷秀衡博士

一個企業的成功，需要累積大量的人才，但是要讓人才能夠徹底發揮，端賴優質的企業文化。許多國內的企業都時時面臨人才難得的狀況，所以我在氹胺公司任職總經理時即參與推動『MBA儲備幹部計畫』，大量進用由美國回來的優秀人才，從此看著他們一路發展自己的長才，即使許多人才後來離開公司各自發展，也都成為各行各業的佼佼者，對社會產生巨大的影響，而王國隆總經理也是當時『MBA儲備幹部計畫』的一員。

氹胺公司是一家藥品公司，如何加深消費者對產品的印象、擴展市場，並不是一件容易的事，但是王國隆做到了，為公司打下了『兒童專用維他命——小善存』這個市場，而且影響深遠。在我看來，這大部份都是因為王國隆先生的創新力、執行力發揮的效果，相對來說，也為公司立下新的里程碑，將傳統的藥品市場帶入新的競爭局面。

後來，王國隆接下台灣威務公司的總經理職務，我雖然覺得公司失去一個人才非常可惜，但也覺得大鵬展翅，他一定可以創造更大的成就。果不其然，他不但將草創的三人小公司發展成上千人的大型企業，也確實打造了踏實的企業文化，不但讓台灣分公司站穩腳跟，甚至超越了其他分公司，更被任命為亞太區的總經理，一手掌握新加坡、香港、台灣、馬來西亞等地的業務及中國大陸市場的開發。

成功的背後多半都累積了許多挑戰和磨難，但是閱讀了《叫我掃地王》一書，才知道王國隆總經理面對的是如此嚴峻的考驗！書中內容也時時讓我深有所感，畢竟作爲一個企業的領導者，需要付出許許多多的心力，其間的競爭壓力、環境衝擊、市場變化，在在都挑戰了一個專業經理人的能耐。

從《叫我掃地王》一書裡，讀者可以看到王國隆總經理在解決問題中的自我創新、在艱困環境中的戮力學習，而一步一腳印的踏實做法，更創造出了豐碩的成績。這是一本記錄生命尊嚴和工作價值的好書，我誠心的推薦，相信此書必能爲讀者帶來新的成功契機！



信念的力量無人可擋

【形砌活動行銷有限公司董事長】何英超

在九二一一百年來最大地震的天搖地動，和SARS的風聲鶴唳中，我們戰後出生的這一代，終於體會到什麼是『生死交關的恐懼』，並親眼目睹了面臨危機時的人性弱點。也因此，國隆兄的新書中所描述的威務公司工作團隊的表現，特別令人震撼！

九二一震後，為埔里基督教醫院服務的威務團隊，在家人都還住帳篷之時，已經迅速回到工作崗位，成為災區醫護的支柱。SARS傳染的高峰期，管理階層與基層打掃人員竟然打死不退，在三總、恩主宮醫院，與醫護人員同心鎖守著台灣防疫的最前線。這群員工值得我們尊敬與感謝。

由此，我們見證了『負責、捨身、無畏』的正面人性。

所作所為榮耀上帝

幫助人們發展自己

追求卓越

獲利成長

——初初讀到Service Master（威務的美國母公司）所標舉的終極目標，我以廣告人的習慣——不信教條而故意忽視它，直到看完本書過半之後，才徹底的肅然起敬。

國隆兄以十五年的時間，一點一滴的實踐，使這四個信念具體呈現，我認為這正是本書帶給讀者最珍貴的一點——實踐信念的過程，唯有領導人在內心真正的相信它，並正確的詮釋給員工，好的理念才能轉化成爲公司文化，成爲公司最大的力量。他如何從親自打掃醫院病房、廁所的訓練中，體驗基層人員的處境與心情；以至於如何在產業的萌芽期，開墾出一條生路，服務全台數十家醫院；不是基督徒的他，如何破解『榮耀上帝』的疑惑，帶領出一批有尊嚴的員工等等，留待讀者自去書中探索。

我想特別指出的是，在服務業將成爲台灣內需產業的發展主力之際，威務公司的經驗，適足以作爲創造產業內在價值的最佳借鏡。

二十年的廣告生涯，我比別人更有機會看到，開創新事業是多麼困難，而有幸開創成功的事業，其成果又是多麼豐碩。前年的熱門商品番茄汁讓愛之味公司股價一飛沖天，但是大家沒看到的是，在此之前它失敗（或不死不活）過多少新產品。統一食品、金車公司更是每年推出許多新產品，而存活獲利的只能以沙裡淘金來形容。但是廠商們前仆後繼的大量支出在新產品的開發，並不是他們天生愛花錢，而是他們知道，沒有明星產品的出現，就不能獲利，公司長期將趨敗亡。有了明星產品的公司，就有了支撐營運的擎天巨柱，像伯朗咖啡，讓金車躺著賺了二十年，一直到左岸咖啡的興起爲止；黑松沙士已經爲黑松公司貢獻超過四十年，若以我七歲女兒愛喝程度當指標的話，再賺個二十年應無問題。

相較於食品製造業，從理念一步一步實踐，又獲得成功的本土服務業案例，並不多見。



若由此看待國隆領導的威務公司，更顯得彌足珍貴。

最後，我相信閱讀本書的讀者，是很有福氣，因為本書所分享的知識，不是來自一個了不起的偉人，或白手起家的大企業家——那些個案通常都離我們太遙遠，而不具學習的價值。本書的作者王國隆先生，以他單純的個性，踏實的台灣牛精神，一步一腳印有跡可循的分享他的失敗與成功。讀畢本書，相信讀者們也能同意他帶領的優秀團隊，已榮耀了上帝，而上帝也終將榮耀他們。

累積好口碑成就大事業

【三軍總醫院院長】閻中原教授

『掃地』在一般人的認知中是件卑微的工作，但經由王國隆先生用心投入經營、行銷及管理，注入企業精神，以標準作業程序累積成功經驗為基礎，並透過徹底教育，先由組長親自示範教育新員工，再讓員工跟著組長做，員工能夠獨立做，最後員工示範給組長看及再確認等流程，來落實員工教育訓練，及貫徹品質要求。同時以鐵的紀律為基本要求，與一絲不苟的工作精神，來完成每位顧客任何小事情，累積出好口碑成就大事業，由清潔過程中的任何小處著手，成就高品質清潔目標；並以人性關懷與愛的教育貫穿整個組織，建構出一個顧客滿意、同仁樂意與經營得意的成功典範。

全書中作者以個人親自經歷為例，透過每個小故事，娓娓道出人性大道理，在實踐中體驗人生及體驗美好人生，有如一罇醞釀二十載的好酒，如今倒出黃金般玉泉，無私地與大家分享，是青年人學習的榜樣，經營者參考的範本，特此推薦。



大步向前的執著和努力！

【亞培大藥廠台灣區總經理】鍾國興

身為專業的經理人，時時要面對的是要不要『堅持』的問題，尤其在經營企業時，沒有範本可以依循。『這樣決策是不是對的』的疑惑，更是常常出現在腦中。經營企業就像是在戰場上衝鋒陷陣，但是戰場狀況瞬息萬變，前一秒的判斷成功，並不代表以後的一帆風順，所以專業經理人在風光的頭銜之下，其實常常面對的是孤寂的決策過程。

很高興看到王國隆出書了，如果說每個經理人都有自己獨到的一面，那王國隆總經理的經營之路就有更多值得大家學習的竅門了。回想我和王國隆總經理熟識，是在氰胺公司的共事，因為年齡、學經歷背景相近，私下也成為無話不談的好友。

我的個性比較直接，做事也希望能一絲不苟，在氰胺公司任職時，我和同事互勉要大家應該隨時充滿戰力，像我自己就常在正式簡報或是會議的前一天，做好沙盤推演的工作。在這方面王國隆的理念和我十分接近。離開氰胺公司之後，我先後轉任菲利普莫里斯公司台灣及港澳區的總經理，比王國隆早一步踏上了跨區域的戰場，我要求自己學習不同的商業文化，盡快融入當地的環境。

在此同時，王國隆也接下了台灣威務的總經理職務，開始接受更大的挑戰，而癡長幾歲的我，也成了王國隆討論問題的對象，所以我對他在這幾年中的發展還滿清楚的。像王國隆

要接下區域總經理時，也曾和我商量，我覺得以他的執著和努力一定可以闖出一片天！而從以前認識他時，我就曾經分析王國隆的個性，他在實務經驗和策略上都非常強，卻常常將『人』的因素放到最大，有時無法冷靜的就事論事。但是在看到《叫我掃地王》一書的內容時，發現王國隆已經克服了這個問題，雖然對於人的部分有許多不捨，但是爲了公司整體的發展，有時是不得不面對『不適任員工』等問題的。

一個企業得以發展，當然不是一、兩個人的功勞，但是要帶領團隊向前衝、凝聚團隊、掌握正確方向，專業經理人卻是最關鍵的舵手！台灣威務公司可以從無到有，並打下台灣市場第一品牌的優勢地位，在在說明了王國隆總經理的堅持，而書中許多的描述道出了許多專業經理人的心情：『在如何滿足企業利潤的同時，也一直著重如何去培訓和勸服人如何去做更有效的服務，做更好的人。對我而言，這個富有挑戰性的任務，已不僅是一份工作或一個謀生手段，事實上更是一個意義深遠的終極使命。』

一個完全依賴『人』的素質來服務的企業，竟然能打敗不景氣，表現得如此高水準，甚至完全無視於SARS風暴，寫下如此感動人的一頁，相信許多人都像我一樣，非常好奇王國隆總經理這位舵手是如何辦到的？

推薦讀者好好閱讀《叫我掃地王》一書，必能發現使企業大步向前的訣竅，以及使團隊齊心努力的高招！

CONTENTS

PART 1

【序】

異軍突起要靠真正的實力！【台灣惠氏股份有限公司總裁】谷秀衡博士 002

信念的力量無人可擋【形砌活動行銷有限公司董事長】何英超 004

累積好口碑成就大事業【三軍總醫院院長】閻中原教授 007

大步向前的執著和努力！【亞培大藥廠台灣區總經理】鍾國興 008

楔子：廁所人人會洗，各有巧妙不同 013

威務特調——注入人性的正面

目的・使命・價值觀 018

鐵的紀律與愛的教育 023

西方取經記 032

氰胺公司的意氣風發 038

往高處飛的過程 043

三十而立與六次面試 050

PART 2

帶著威務向前衝

從雲端往下墜 056

我們都是一家人 063

內憂和外患 070

鐵的紀律才是關鍵 077

榮耀我們的制度 082

四面楚歌的困境 088

我不甲意輸的感覺 095

PART 3

叫我掃地王

對！我就是清潔公司！ 104

找到失去的聯結 111

受忽略的勞動者 121

一群可愛的人 127

鼓勵正面的工作環境 139

注入人性的關懷 1 4 8

人性正面的花朵 1 6 1

單純贏得最後勝利 1 7 1

和夥伴一起獲利成長

客戶是最好的朋友 1 8 2

價格與價值的戰爭 1 9 1

和客戶一起獲利成長 1 9 6

滿足客戶需求 2 0 0

PART 4

領導人的責任

帶領奔向美好生活的能力 2 1 0

僕人式的領導 2 2 1

培養公司文化 2 3 1

留在資產負債表的左邊 2 4 3

追求有夢的未來 2 4 7

PART 5

【楔子】

廁所人人會洗，各有巧妙不同

留美碩士洗廁所

廁所、浴室、地板……我都洗過很多，因為『清潔服務』本來就是威務的專業。但令我難忘的洗廁所經驗，卻有兩次。

第一次是我開始『職業性』地洗廁所。地點是在新加坡一家醫院的某間病房。當時我剛接下台灣威務公司的總經理，也是台灣第一家外商清潔服務公司的頭兒，來新加坡接受基礎訓練。

我笨手笨腳，急得滿頭冒汗的進行清潔工作時，等待出院的印度老紳士從頭到尾毫不掩飾地用睜得大大地眼睛跟隨著我的一舉一動。原本十五分鐘的作業，我卻花了三倍的時間。而且，由於作業流程錯誤，我很快就得重做一遍。

第二次令我難忘的生涯職業演出，是在台北，在週末，由老婆陪著。那是在我擔任台灣



威務公司總經理初期，一次例行作業出了狀況，我臨時頂上。在未經詳細考量後果的情況下，由老婆送到客戶處，立刻展開熟練的清潔動作，當然也包括洗廁所在內。

這一次，我熟練多了，速度飛快，流程一絲不亂，結果清爽可人。

不過，在忙著洗廁所時，我忽略了背後一直盯著我看的妻子。當我流暢地進行所有公司規定的清潔動作時，我沒發現妻子眼眶中含著淚水，在回家的路上，她也隻字未提。過了好多年，她跟我提到這一天，她說自己站在廁所裡，看著堂堂美國名校的MBA竟然動手彎腰洗廁所刷馬桶，她是替我委屈傷心，卻強忍著淚水，因為她知道這時候的眼淚，會讓我不知所措。

洗出一片天

成為台灣威務總經理以來，親自動手清掃病房、廁所、蹲在地上清除牆角舊蠟、處理廢棄物等的經驗雖然不多，但有過這些經歷後，再次和基層員工一起從事這些被社會人士視為『低下』的工作時，讓我更了解他們的心，懂得從他們的眼光、角度來看事情，更學會了欣賞他們的成績……一言以蔽之，我真正懂得了他們的價值，並給予尊敬。

太多客戶跟朋友驚訝的告訴我，他們如何看到威務的現場工作人員跪在地上，執著的清

理一塊黏在地上好幾年、已經『石化』的頑固口香糖污跡，他們更訝異的說，威務的工作人員不只不过是臭著臉執行任務，反而還帶著微笑！

在各種場合，不管是管理五百名員工的餐飲業老闆，或是高科技王國的總裁，他們都會好奇的問我：『大家都在管理白領階級，但是，你是怎麼管理藍領階級？而且還讓他們面帶微笑？』

就像管理大師彼得·杜拉克用來形容 Service Master（威務的主力品牌）的話：『你們的生意，簡單來說，就是培育及發展人。』

人之價值，何其大也！這樣的尊敬，引發了一連串的正面效應，員工得到尊敬，於是更加自重、自尊、自愛，『以人爲本』的企業文化於焉建立，提供了客戶最有價值的服務。而在這個基礎上，我們雖曾經歷公司瀕將破產的危險、母公司的信心打擊、市場同業的惡意打壓……但我們單純地憑藉對公司理念的堅持及對自我的信心，一路奮力求生存下來。

而在台灣威務成立十三年後，我們不但撐了過來，並無視於台灣的經濟不景氣及失業浪潮，雇用了上千名員工，朝向多元化發展，台灣威務並於去年創下四億五千萬元的亮麗業績，成爲台灣清潔服務產業『品質』及『業績』的最高指標。

而且，繼早年喊出『台灣紀元來臨了！』的口號外，兩年前威務推出新的『五年計畫』，計畫在未來五年內達到十億元新台幣的業績。