

天下人知識系列 ②⑥



管理，意想不到地簡單

The Power of Simplicity

傑克·屈特 & 史蒂芬·瑞弗金 著

林麗冠 譯

By Jack Trout & Steven Rivkin

英中名詞對照

A

Adams Golf／亞當斯高爾夫球配備公司

Adolph Coors／庫爾斯公司

Airbus／空中巴士

Alfred Dunhill／登喜來

Alfred P. Sloan, Jr.／艾佛烈德·史隆

Allstat／全美保險公司

American Dental Association／美國牙醫學會

Amorim／阿莫林公司

Andersen Consulting／安達信顧問公司

Anderson, Dean／狄恩·安德森

Anheuser Busch／布許啤酒

Apache／阿帕契

Apple Computer／蘋果電腦公司

Applied Imagination／《運用想像》

Arm & Hammer／強棒公司

Armani／亞曼尼

Aron Streit Inc.／亞若·史翠特公司

Awaken the Giant Within and Unlimited Power／《喚醒內心的巨人和無限的力量》

B

B. Manischewitz／曼尼曲威茲公司

Bain & Company／班恩顧問公司

Bank of America／美國銀行

Barnes & Noble／邦諾連鎖書店

Baume & Mercier／名士錶

Beatles／披頭四

Bethlehem Steel／伯利恆鋼鐵

Biria／畢利亞公司

BMW／寶馬汽車

Body Shop／美體小舖

Boeing／波音公司

Boise Cascade／波依思公司

Boston Consulting Group／波士頓企管顧問集團

bridge matrix／橋陣

Bristol-Meyers／必治安公司

Budweiser／百威啤酒

Built to Last／《基業長青》

Burger King／漢堡王

Business Week／《商業週刊》

C

Cadillac／凱迪拉克

Callaway／凱拉威高爾夫球桿

Carnegie, Dale／戴爾·卡內基

Cartier／卡地亞

II 英中名詞對照

CBS／哥倫比亞廣播電視網
 Celtic／塞爾特人
 Charles Hotel／查爾斯酒店
 Charles Industries Ltd.／查爾斯工業公司
 Chase Mamhattan Bank／大通銀行
 Cheer／雀兒洗衣粉
 Chesterfield／柴斯特菲爾德
 Chevrolet／雪佛蘭汽車
 Chrysler／克萊斯勒
 Chupa Chips／朱柏契普斯公司
 CIA／中央情報局
 Cincinnati／辛辛那提
 Citicorp／花旗集團
 Clausewitz, Karl von／卡爾·范·克勞塞維茨
 Clinton, Hillary／希拉蕊·柯林頓
 Compaq／康柏電腦
 Competitive Advantage／《競爭優勢》
 CompUSA／美國電腦
 COR Healthcare Resources／COR醫療資源公司
 Cortopassi, Dino／狄諾·柯托帕西
 Courtaulds／科淘德公司
 Covey, Stephen／史蒂芬·柯維
 Cray Supercomputer／克雷超級電腦
 Creating Affluence／《新想事成》
 Crest／金冠牙膏
 Crotonville／克羅頓維

D

Dallas/Ft. Worth／達拉斯／沃斯堡
 Data Smog／《資料超載》
 Datril／達翠爾藥品
 Decca Records／笛卡唱片
 Del Monte／迪蒙特
 Dell, Michael／麥可·戴爾
 Digital Equipment／迪吉多電腦公司
 Discount Store News／《量販店新聞》
 discounted cash flow／折現現金流量
 Disraeli, Benjamin／班哲明·狄斯累利
 Dixie Products／迪西產品公司
 Domino／達美樂
 Drucker, Peter／彼得·杜拉克
 Duracell／金頂電池

E

Eastman Kodak／柯達公司
 Edison, Thomas／愛迪生
 Einstein／愛因斯坦
 Emerson, Ralph Waldo／愛默生
 Enrico, Roger／羅傑·安利可
 Enterprise One to One／《一對一企業》
 Ericsson／易利信
 Esalen Institute／伊薩冷學院
 expected value／期望值
 experience curve／經驗曲線

F

Fad Surfing in the Boardroom / 《管理
浪潮下的迷思》

FedEx / 聯邦快遞

Ferdinand, Marshal / 馬歇爾·斐迪南

Footwear News / 《鞋業新聞》

Forbes, Malcolm / 邁肯·富比士

Forbes / 《富比士》雜誌

Ford, Henry / 亨利·福特

Fortune / 《財星》雜誌

Focus / 《焦點法則》

Friedman, Milton / 米爾頓·弗里曼

Fuji Film / 富士軟片

Future Shock / 《未來的衝擊》

G

Gates, Bill / 比爾·蓋茲

Geneen, Harold / 哈洛德·葛寧

General Electric, GE / 奇異公司

General Foods / 通用食品

General George Marshall / 喬治·馬歇
爾將軍

General Motors Corporation / 通用汽車
公司

Genersl Mills / 通用食坊公司

George Mason University / 喬治梅森大
學

Gettysburg Address / 《蓋茲堡宣言》

Gillette / 吉列公司

GNP / 國民生產毛額

Goizueta, Roberto / 羅伯托·古茲維塔

GoreTex / 高德

Grestner, Lou / 盧·葛斯特納

Grove, Andy / 安迪·葛洛夫

growth and market-share matrix / 成長
及市場占有率矩陣

Guinness PLC / 健力士公司

Gunning Fog Index / 射擊困惑指數

Gunning, Robert / 羅伯·甘寧

H

Hallmark / 賀軒公司

Hamlet / 《哈姆雷特》

Harvard Business Review / 《哈佛商業
評論》

Hazlitt, Thomas / 湯瑪斯·海斯利特

Head & Shoulders / 海倫仙度絲洗髮精

Healthcare Leadership Review / 《醫療
領導評論》

Healthcare Marketing Abstracts / 《醫
療行銷文摘》

Heclo, Hugo / 雨果·黑克羅

Heinz / 漢斯

Henderson, Bruce D. / 布魯斯·韓德
森

Henry, Mintzberg / 亨利·明茲柏格

Hertz / 赫茲租車公司

Home Depot / 家庭貨倉

Honda / 本田汽車

Honeywell / 霍尼韋爾公司

Houston, Jean/琴恩·休斯頓

Hyatt/凱悅飯店

I

Iacocca, Lee/李·艾科卡

Idaho Falls/愛達荷瀑布

Inc./《公司》雜誌

inner child/內在兒童

Intel/英特爾公司

ITT/國際電話電報公司

J

James, William/威廉·詹姆斯

Jobs, Steve/史蒂芬·傑伯斯

Johnson & Johnson/嬌生公司

Jordan, Michael/麥克·喬登

Journal of Business Strategy/《企業策略期刊》

K

Kelleher, Herb/賀伯·凱勒赫

Keynes, Maynard/凱因斯

Knight, Phil/菲爾·耐特

Kohl's Department Store/柯爾百貨公司

K-Paul's Kitchen/凱保羅廚房餐飲

KPMG/安侯建業會計師事務所

Kroc, Ray/雷·克羅克

Krones AG/克朗斯公司

L

LaSalle/拉薩里

Leadership Development Center/領導力發展中心

Lenzing/藍精公司

Leonardo da Vinci/達文西

Levi-Strauss/李維·史特勞斯

Levitz Furniture/雷維茲傢俱公司

Lipton/立頓

Long, Bill/比爾·朗恩

M

Marketing Magazine/《行銷雜誌》

Marketing Warfare/《行銷戰爭》

Markkula, Mike/麥可·馬庫拉

Marks & Spencer/馬克史賓塞百貨公司

Marlboro/萬寶路

Marriott/萬豪酒店

Mars/瑪斯巧克力

Mazda/馬自達汽車

McDonald/麥當勞

McGill University/麥吉爾大學

McKinsey & Co./麥肯錫企管顧問公司

McKinsey Quarterly/《麥肯錫季刊》

McNeil Laboratories/麥克尼爾實驗室

Medicine Wheel/藥輪

Meineke/曼尼克公司

Merck/默克藥廠

Michelob/麥格黑啤酒
Michigan Saving Bank/密西根儲蓄銀
· 行
Microsoft/微軟公司
Miller Lite/美樂淡啤酒
Miller/美樂啤酒
Mitsubishi/三菱汽車
Montblanc/萬寶龍
Morgan Stanley/摩根史坦利公司
Murdock, Rupert/魯伯特·梅鐸
Mustang/野馬汽車

N

National Public Radio/國家公共廣播
電台
Navajo/納瓦荷
Nerf/納夫
Neurolinguistic Programming/神經語
言學
New Delhi/新德里
New Mexico/新墨西哥
Newsweek/《新聞週刊》
Nike/耐吉公司
Nordstrom/諾斯壯百貨公司

O

O'Hare/歐亥
OfficeMax/辦公設備公司
Olsen, Kenneth/肯尼斯·歐爾森
Oral-B/歐樂-B牙刷

Orwell, George/喬治·歐威

P

Palm Pilot Organizer/掌上型電子記
事簿
Pampero/潘皮若蕃茄醬
Papa Jonh's Pizza/約翰老爹披薩店
Peppers, Don/唐·佩柏斯
PepsiCo/百事可樂公司
Perot, Ross/羅斯·裴洛
Peters, Tom/湯姆·畢德士
PetsMart/寵物商場
Philip Morris/菲利普摩里斯公司
Piaget/伯爵錶
Pizza Hut/必勝客
Pontiac/龐蒂克
Porsche/保時捷
Porter, Michael/麥可·波特
positioning/定位
Post-it/利貼便條紙
Procter & Gamble, P&G/寶鹼公司

Q

Quilmes/桂爾蜜

R

Reality in Advertising/《廣告的現實》
Reeves, Richard/理查·李維
Reeves, Ross/羅斯·里維
Restaurant & Institutions/《餐飲》雜

誌

Ries, Al/艾爾·賴茲
risk/reward ratio/風險／報酬率
Robbins, Tony/湯尼·羅賓斯
Rock, John/約翰·洛克
Rockefeller, David/大衛·洛克菲勒
Roddick, Anita/安妮塔·羅迪克
Rogers, Martha/瑪莎·羅傑斯
Rolex/勞力士錶
Rome and Juliet/《羅密歐與茱麗葉》
Royal Dutch Oil/荷蘭皇家殼牌石油公司
Rushkoff, Douglas/道格拉斯·魯許柯夫

S

Saffo, Paul/保羅·沙佛
Salem/賽倫
Saturn/鈗星汽車
Schnatter, Jonh/約翰·謝納特
Sculley, John/約翰·史考利
Sears/西爾斯百貨公司
Shenk David/大衛·申克
Silicon Graphics/視算科技公司
Smith, Roger/羅傑·史密斯
Snap-on/史奈普昂公司
Socrates/蘇格拉底
Southwest Airline/西南航空
Stanislaus Food Productd/史丹尼斯勞斯食品

Staplex/史代賓公司
Stern Stewart/史都華財務顧問公司
Subaru/速霸陸
Sun/昇陽公司
Syrus, Pubilius/普比利斯·塞洛斯

T

tarot/塔羅牌
TelePizza/遠遞披薩
Teller, Edward/愛德華·泰勒
The 7 Spiritual Laws of Success/《成功精神七守則》
The Art of Plain Talk/《言簡意賅的藝術》
The Death of Competition/《競爭之死》
The Deibert Principle/呆伯特法則
The Economist/《經濟學人》
The Mission Statement Book/《使命宣言書籍》
The New Republic/《新共和》
The Peter Principle/《彼得原理》
The Seven Habits of Highly Effective People/《與成功有約》
The Wall Street Journal/《華爾街日報》
The Witch Doctors/《企業巫醫》
Tichy, Noel/諾爾·提區
Tide/汰漬洗衣粉
Times/《時代》雜誌

Toffler, Alvin / 艾文·托佛勒
Toys 'R' Us / 玩具反斗城
Training Magazine / 《訓練雜誌》
Travelers / 旅行者集團
Twain, Mark / 馬克吐溫
Tylenol / 泰利諾藥品

U

U.S. Postal Service / 美國郵政局
U.S. News & World Report / 《美國新聞與世界報導》
Unilever / 利華集團
Union Carbide / 永備公司
UPS / 優比速公司
USA Today / 《今日美國》

V

value chain / 價值鏈
Verne, Jules / 朱勒斯·威恩
Volkswagen / 福斯汽車
Volvo / 富豪汽車

W

Wal-Mart / 華爾商場
Walton, Sam / 山姆·威頓
Waremont Foods / 威蒙特食品
Warner Brothers / 華納兄弟公司
Warner, Henry / 亨利·華納
Watergate / 水門案
Webster's Dictionary / 《韋式大字典》

Welch, Jack / 傑克·威爾許
Wells Fargo Bank / 富國銀行
Wells, H. G. / 喬治·威爾斯
Wendy's / 溫蒂速食店
West Side Story / 《西城故事》
Western Union / 西方聯盟
Westinghouse Electric Corp. / 西屋電器公司

Whitewater / 白水案
Williams, Edward Bennett / 艾德華·威廉斯
Win Friends and Influence People / 《贏得朋友並影響他人》

Windows CE / 視窗CE
Wine Group / 美酒集團
Woods, Tiger / 老虎·伍茲
Wooldridge, Adrian / 亞德利安·伍爾德禮奇
Wozniak, Steve / 史提夫·烏茲尼克
Wrigley / 箭牌口香糖

X

Xerox / 全錄公司

Z

Zane, Chris / 克里斯·詹恩
Zane's Cycles / 詹恩腳踏車店

管理

, 意想不到地

The Power
of Simplicity

簡單

目錄

前言 簡單是最終的完美

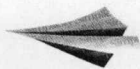
1

第一部 簡單的基本原則

第一章 簡單：為什麼大家都害怕成為「簡單」？ 5

第二章 常識：學習用「常識」思考 13

第三章 複雜的語言：不要堆砌複雜語彙 21



第二部 管理的問題

第四章 資訊：小心資訊泛濫！ 31

第五章 顧問：你該不該相信企管顧問？ 41

第六章 競爭者：對競爭者發動行銷戰 51

第七章 策略：不要讓策略淪為口號 61

第八章 客戶導向：光是「客戶導向」還不夠 71

第九章 年度預算：有效分配預算 83

第十章 價格：打破價格的迷思 89

第三部 領導的問題

第十一章 使命宣言：使命宣言是「國王的新衣」？ 101

第十二章 領導：何謂領導？ 109

第十三章 長期規畫：長期規畫要面對現實 119

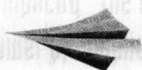
第十四章 組織：組織必須目標明確 129

第十五章 行銷：兼顧創意和策略 139

第十六章 新點子：找尋新點子，其實不難 149

第十七章 目標：不要讓目標成夢想 159

第十八章 成長：別讓股市左右企業的發展 165



第四部 人的問題

第十九章 動機：你的員工需要激勵嗎？ 177

第二十章 自我改進：這是國王的新衣 183

第二十一章 成功：找對成功立基 197

第二十二章 批評：「簡單」並不簡單 205

第五部 結論

第二十三章 簡單：企業成功的中心 209

英中名詞對照 I

前言 簡單是最終的完美

幾年前，當約翰·史考利（John Sculley）還是蘋果電腦（Apple Computer）公司總裁時，他發表了一篇演說，其中有不少精闢的見解：「我們在工業時代所學習到的每一件事情，往往製造出愈來愈多的複雜性，我認為，有愈來愈多的人開始了解，一定要把事情簡化、而非複雜化。簡單即是最終的完美。」

可惜的是，史考利並未十分留心自己所言，還將他一生的名譽押在一種名為「牛頓」（Newton）的產品上。「牛頓」號稱「個人數位助理」，實為過度複雜的產品，操作起來並不簡單，結果這項產品慘遭滑鐵盧，史考利也丟了烏紗帽。

但是史考利所為確實給我們一些啓示。一日千里的科技、快速的通信、複雜的全球經濟和步調不斷加快的企業，已經創造出令人思緒混亂的環境。

難怪有許多公司轉而向企管顧問公司尋求協助，還有許多主管重返校園，或是請求專家針對如何成功指點迷津。這其中不乏有願意花財消災者。

其實，企業沒那麼複雜，只不過有太多人把事情弄複雜了。排除複雜的方法，就在化繁為簡，誠如史考利所說的，未來是屬於思緒簡單者。

爲了對此問題有正確的判斷，我們回到想法較簡單的時代。我們很快就會發現，數十年來，著名的思想家一直在宣揚簡單的重要性。（您將會看到本書引用其中許多人的名言。）換言之，複雜性的問題顯然始終存在，它是人類狀態的一部分。

令我們悚然一驚的是，企業的複雜風潮又將開始興風作浪，正因為如此，現在也正是以單純的觀點來看基本經營之道的時候。

本書討論的主題不僅包括領導和組織等重大問題，也包括訂價和行銷的日常問題。在每個個案中，我們試圖指引讀者正確行事的方向。

讀完本書，你必定有所收穫，使生活更簡單、事業更有效率。

第一部

簡單的基本原則

有些人怕「簡單」，

但是你可以開始用簡單的方法思考和談論。



簡單

為何大家都害怕成為「簡單」？

一個傻瓜遇到一個要到市場賣餅的小販，

傻瓜對小販說，讓我看看您賣的餅。

小販對傻瓜說，先讓我看看你有沒有錢。

傻瓜就對小販說，的確，我沒有錢。

——鵝媽媽

從古至今，被稱為「簡單」絕非恭維，被稱為「頭腦簡單」或是「頭腦簡單的
人」，更是壞事一件，那表示你很愚蠢、容易受騙，或是低能，難怪大家都害怕自己
變得單純。

人們向心理學家請教這種恐懼時，心理學家往往會說得比較複雜些。耶魯大學