

追求卓越

美國傑出企業成功的秘訣 (增訂版)

In Search of Excellence
with A Passion for Excellence



by Tom Peters, Robert Waterman Jr., & Nancy Austin

天下·叢書

「天下」取名自「天下為公」——表示大家對一個美好社會的嚮往與



天下叢書 ⑦

追求卓越

——美國傑出企業成功的秘訣

畢德士、華特曼、奧絲汀 合著

天下編譯

天下叢書⑦

追求卓越——美國傑出企業成功的祕訣

原 著 / 畢德士、華特曼、奧絲汀

譯 者 / 天下雜誌編輯

編 輯 / 袁宗綺、夏瑞娟

發行人 / 王力行

出版者 / 經濟與生活出版事業股份有限公司

地 址 / 台北市10428松江路87號四樓

電話 / (02) 5518627

直接郵撥帳號 / 第0534888-5號

總經銷 / 黎光實業有限公司

登記證 / 局版台業字第2517號

版權所有 / 不准翻印

出版日期 / 1983年3月15日第一版

1986年12月15日第二十二次印行

定價 / 200元

In Search of Excellence with A Passion for Excellence

by Thomas J. Peters, Robert H. Waterman Jr. and Nancy Austin

Commonwealth Publishing Co., Ltd.

Copyright 1985 by Commonwealth Publishing Co., Ltd.

本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司調換。

In Search of Excellence **with A Passion for Excellence**

by Thomas J. Peters , Robert H. Waterman Jr.
& Nancy Austin.

序

殷允芃

在美國人深受失業、不景氣之苦，聽夠了「日本第一」、「Z理論」、「日本經營的藝術」等長他人志氣的說法時，「追求卓越」這本書適時出現，在出版後的兩、三個月內，就攀登紐約時報及時代雜誌的暢銷書之列，排名節節上升，報刊雜誌佳評如潮。

這本書所以能在短時間內就風行轟動，多少是因為它能使美國人，尤其是美國企業人士，重新拾起已失落的信心。

「追求卓越——美國傑出企業成功的祕訣」一書，是由兩位管理顧問，訪問了美國歷史悠久、最優秀的六十二家大公司，探討他們成功的原因——如何的鼓舞士氣，源源不斷的推出新產品，而又都能暢銷無阻？

畢德士 (Thomas J. Peters) 及華特曼 (Robert H. Waterman) 最後又從六十二家優秀的大公司裡，以獲利能力與成長的快速為準則，挑出了四十三家傑出模範公司

，其中包括 IBM、德州儀器、惠普、麥當勞、柯達、杜邦等各行各業中的翹楚。

兩位作者與這些特優公司的上上下下深入訪談，詳細分析之後，探索出他們所以傑出成功的原因，歸納為企業成功的八大要素。

一、行動至上——不斷的嘗試去做；起而行，而不是光坐在那兒分析問題。二、接近顧客。三、鼓勵創新。四、提高生產力端賴公司內部人心士氣。五、領導人以言教、身教來堅定原則，樹立企業統一的價值觀。六、做自己內行的事，而不盲目投資其他行業。七、組織簡單，人員精簡。八、寬嚴並濟，對價值觀念、原則的事要堅持到底，其他則可容許各部門較多的自主。

乍看之下，這些條件並不是什麼驚人之語。事實上，許多人打心裡就瞭解到這都是應該遵行的原則。使這本書與眾不同的是，上百個活潑生動的例子，一點點亮了這些貫穿全書的道理。

譬如，且達航空公司不顧一切地貫徹服務顧客的信條。一次一位美國婦女寫信抱怨，因為她搬家而使得原先訂的優待折扣票失效了。航空公司怎麼處理這封信呢？公司的總經理親自到機場，將優待票送給這位顧客。

這樣的小故事，重覆穿插，組成了兩位作者所強調的理論——「軟就是硬」。也就是企業主管不僅關心如何賺錢，而更應該注重效果和價值觀念——鼓舞同心協力努力工作的熱情，使部屬與員工個個都有成就感。

傑出公司採取許多不同的作法來表達對這些原則的重視。他們公開慶功——IBM租了

運動場，電動計分板上打出每個行銷人員的名字，英雄式的歡迎入場；而且他們容許試驗失敗，並不處罰。他們不使每個工廠的規模過大，所以能夠聽取員工的反應，稱名道姓；簡言之，關懷備至。

這些傑出公司的主管顯然很少在辦公室裡。他們不是像惠普公司風行的「到處走動的管理」——跟工程人員談話，到工廠裡走走，就是親自打電話試着推銷產品，或是參加臨時組成的專案小組，實際行動。

貫穿所有傑出公司的一個共同的特色，就是每家都有一個強勁有力的「企業文化」。大家共同遵行的價值觀念，也就是所有好的員工都心悅誠服接受的行事法則——一種「我們公司就是這樣做」的自豪的想法。

兩位作者指出，企業主持人最重要的任務是塑造及維持整個組織的價值共識，而這也是爲什麼有的公司成功，有的公司失敗的最重大的分野。設備、技術，或是無微不至的長期計劃和策略，都趕不上「企業文化」的影響力大。事實上，一般美國公司都太過重視短期的利益，太信賴數字分析及賺錢第一的經營方式，而忽略了按正規辦事的價值觀的重要性。

兩位作者都是工程師出身，而後在史丹福大學取得企管碩士，曾長期服務於美國著名的麥肯錫管理顧問公司。在工作中診斷分析了許多有問題的美國公司之後，他們突發奇想：爲什麼不仔細研究一下美國的傑出企業，探討追尋他們成功的原因？他們發現，許多一流日本公司遵循的法則，原來在美國的傑出企業裡也一樣的被認真的執行著。

「追求卓越」這本書指出，成功的秘訣實際上是跨越國界的，同樣的道理在日本行得通，在美國也行得通。這也正是爲什麼天下雜誌的編輯特地選譯了這本書，推介給國人的主要原因，因爲這些做事的原理與精神也可成爲我們的借鏡。

原著雖然普獲好評，但也不是毫無缺點的。正如紐約時報的書評指出，兩位作者擅長於歸納、分析及列舉出許多生動具體的實例，爲一般論管理的書所不及。但弱處則是前面有三章談到學術理論的部份艱澀難懂，舉例有時也稍嫌重覆。

因此，天下編輯在翻譯時曾作過一番選擇，將前三章有關學術部份儘量濃縮，刪減其辯論尋證部份，而僅摘其結論，其他各章在選譯時，也曾做過一番去蕪存菁的功夫，力求忠於原意，而兼顧文章之通順簡潔。

這本書能及時獻在讀者的面前，要感謝所有參與工作的編輯人員、朋友及徐木蘭教授。

傑出企業名單

● 一般工業產品公司		
凱特皮勒機械公司 (Caterpillar Tractor)* 戴那公司 (Dana Corporation)* 倫德 (Ingersoll-Rand) 麥德莫公司 (Mc Dermott) 三茂公司 (Minnesota Mining & Manufacturing)* 通用汽車公司 (General Motors)	凱瑪連鎖店 (K-mart*) 華爾連鎖店 (Wal-mart*)	標準石油公司 / 艾默古石油 (Standard Oil [Indiana] / Amoco*)
● 工程管理公司		
	貝泰公司 (Bechtel) 波音公司 (Boeing*) 福羅工程公司 (Fluor*)	
● 服務業		
日達航空公司 (Delta Airlines*) 馬利特旅館 (Marriott*) 麥當勞食品公司 (Mc Donald's*) 美國航空公司 (American Airlines) 狄斯奈公司 (Disney Productions*)	● 原料業	
	艾克森石油公司 (Exxon) 阿爾可石化公司 (Arco) 道爾化學公司 (Dow Chemical*) 杜邦公司 (Du Pont*)	

*1961—1980年績優公司

† 屬於私人企業或分支機構的未上市公司，但仍被評為績優公司。

VI 傑出企業名單

傑出企業名單

● 高層科技公司		
布萊德利公司 (Allen-Bradly)†	資料通用公司 (Data General*)	嬌生公司 (Johnson & Johnson*)
安戴爾公司 (Amdahl*)	奇異公司 (General Electric)	寶麟公司 (Procter & Gamble*)
紐吉多電腦 (Digital Equipment)	休斯飛機公司 (Hughes Aircraft)†	雅泰利公司 (Atari)†
艾默森電器 (Emerson Electric*)	英特爾 (Intel*)	雅芳公司 (Avon*)
高德公司 (Gould)	洛克希德飛機公司 (Lockheed)	必治妥公司 (Bristol-Myers*)
惠普 (Hewlett-Packard*)	國民半導體公司 (National Semiconductor*)	旁氏公司 (Chesebrough-Pond's*)
國際商業機器 (International Business Machines*)	瑞侃公司 (Raychem*)	李維牛仔褲 (Levi Strauss*)
國民商業機器 (NCR)	精密電子公司 (TRW)	瑪斯糖果公司 (Mars)†
洛克威爾飛機公司 (Rockwell)	王安電腦 (Wang Labs*)	梅台家電 (Maytag*)
施勒伯格探油公司 (Schlumberger*)		墨克藥廠 (Merck*)
德州儀器公司 (Texas Instruments*)		拍立得公司 (Polaroid)
聯合科技公司 (United Technologies)		露華濃公司 (Revlon*)
西方電器 (Western Electric)	藍貝爾公司 (Blue Bell)	塔普爾公司 (Tupperware)† [Dart & Kraft]†
西屋電器 (Westinghouse)	柯達公司 (Eastman Kodak*)	
全錄 (Xerox)	弗瑞多食品公司 (Frito-Lay)†	
	通用食品公司 (General Foods)	

*1961—1980年績優公司

†屬於私人企業或分支機構的未上市公司，但仍被評為績優公司。

博覽天下叢書 掌握最新觀念

——天下叢書提供您最新經濟、管理、資訊的進步觀念，讓您放眼世界，坐擁天下。

現代經濟觀念

① 經濟人與社會人

高希均 著 ● 定價一八〇元

經濟人？社會人？在追求效率的理性世界中，我們需要「經濟人」；在追求公平的感性世界中，我們提倡「社會人」。一向以傳播進步觀念為己任的高希均教授，在本書中表達了他對台灣當前經濟問題與生活層面的深刻觀察。

② 成長與穩定的奧秘

孫震 著 ● 定價一〇〇元

本書是台大校長孫震在任經建會副主任委員時所寫的。內容環繞著民國八十一年到七十年間台灣的經濟發展與物價穩定兩個主題。在這段期間，台灣面臨兩次能源危機、兩度物價膨脹與兩次經濟衰退。結果台灣都順利越過了這些難關，愈發成長茁壯。本書對經濟問題的思索，如同孫震治學的態度一樣嚴謹而週全，深具啟發性。

⑩ 掌握當前經濟方向

王作榮 著 ● 定價二〇〇元

本書是台大經濟系教授王作榮在經濟轉型期間，對我國短期經濟問題與長期經濟發展所作的系列論述，其間也有幾篇是與蔣碩傑教授辯論我國應有的經濟政策。透過王教授犀利的文筆與敏銳的觀察，讀者可以清楚地瞭解我國目前的經濟問題，進而採取因應之道，以掌握未來的經濟發展方向。

⑪ 溫暖的心·冷靜的腦

高希均 著 ● 定價一八〇元

「溫暖的心」是我們傳統的美德，卻常常缺少達到目標的有效方法；「冷靜的腦」強調市場競爭中的優勝劣敗，計算成本收益，追求經濟效率，透過它，才容易達到大家所要追求的目標。

作者高希均教授透過本書呼籲，做一個現代人不論在討論國家大事或身邊瑣事時，都要兼具「社會人」的溫暖的心與「經濟人」的冷靜的腦，追求兩個美好的世界。

⑬ 換檔中的經濟

白俊男 著 ● 定價一六〇元

一九七三年第一次石油危機爆發發至今，台灣的經濟面臨著內外交迫的局面，問題層出不窮，有些問題至今還在延續，因此作者稱這段期間為台灣經濟發展上的換檔期。可喜的是，當時財經當局所採的政策與措施，由今天的觀點來看，可以獲得正面的肯定。本書是交通銀行副總經理白俊男博士，就當時情況所撰寫的專論，其論點不僅事後證明極為正確，且仍可作為今後的參考。

⑭ 輕、薄、短、小的時代

日本經濟新聞社編
林元輝 譯 ● 定價一四〇元

在世界資源、能源日趨短少的情況下，產品及產業的「輕、薄、短、小」化已成為必然的趨勢。現代企業應該如何掌握這個潮流、迅速調整步伐，以配合時代需求？本書以具體實例舉證，加上豐富的數據圖表資料，詳細剖析日本各大企業如何在產品、產業結構、經營理念各方面力求輕薄短小，並說明日本汽車、照相機、電算機所以能橫掃世界市場的原因。

36 台灣經濟發展的啓示

—穩定中的成長

蔣碩傑 著 ●定價二〇〇元

這本書是中華經濟研究院院長蔣碩傑的第一本中文經濟論著。書中收集他多年來對台灣經濟金融政策所發表的批評與建議，透過這本書讀者不僅可瞭解蔣碩傑對台灣財經決策及經濟思想的論點，並可找出台灣經濟發展的脈絡。這是一本深具歷史意義的經濟文獻，是透視台灣經濟發展過程必讀之書。

40 推動日本奇蹟的手——通產省

詹輯 著 ●定價二〇〇元

姜雪影·李定健 合譯

經濟學者對日本經濟奇蹟的解釋衆說紛紜，但沒有人能抹煞通產省的功勞。到底通產省在推動日本經濟發展中扮演了什麼角色？美國柏克萊大學著名的政治學教授詹輯，花費數年功夫，經過深入研究，以各種實例與分析，詳細解釋日本制定產業政策，與建立文官體制的背景與過程，塑造出日本政治經濟的模式。本書被紐約時報譽為「要深入瞭解日本經濟發展最重要的一本書」。

41 突破經濟觀念中的繭

于宗先 著

●定價二〇〇元

觀念領導行動，不合時宜的舊觀念，將使無數心血徒付東流。本書作者于宗先教授，針對當前實際經濟問題，作深入的觀察與思考；他靈活地運用經濟學理論複雜的經濟問題，分析新舊經濟觀念的差異，並指出今後發展策略的重點，以避免無謂的犧牲與浪費。本書筆風敏銳、條理分明，是一本深入切要的經濟論著。

31 贏的策略

——美國反擊「日本第一」

傅高義 著 汪仲譯

●定價二〇〇元

「日本第一」作者傅高義再度出擊，詳細分析面對危機時，美、日兩國的政府與民間企業，如何併肩作戰，制定贏的策略，再創新局。

我國面臨經濟革新的契機，應該怎樣借鑑美、日經驗，找出自己的模式？中國時報社論特別推薦本書，為決策者與現代企業人必讀。

49 做個高附加值的現代人

高希均 著

●定價一八〇元

「做個高附加值的現代人」是高希均教授所提倡的新觀念。他希望社會大眾能多增加自己對社會的奉獻，使個人在到達人生終點時，在社會收支平衡表上出現的不是赤字，而是盈餘。同時在本書內，高教授再度提倡建立書香社會，也對國內外財經現勢、行政措施等做了深入的分析；他並記錄下個人到國外旅遊的心得與沉思，值得追求進步的讀者細心體會。

企業管理新知

⑤ 有效經營

陳定國 著 ● 定價二〇〇元

前台大商學研究所所長陳定國，多年來一直擔任學術、企業交流的工作。他認為一個國家要快速富強，唯有各行、各業都能有效經營——提供顧客滿意的服務、賺取合理的利潤並支用合理的成本。本書是他多年來從事教學、研究及企業診斷的寶貴心得。

⑦ 追求卓越

畢德士、華特曼、奧絲汀 合著

天下編譯 ● 定價二〇〇元

本書是天下暢銷書「追求卓越」的增訂版，增錄了畢德士、奧絲汀的新著「追求卓越續篇」(A Passion For Excellence)的精華摘要。「追求卓越」原書，自一九八二年出版至今，以十五種語言行銷世界，銷售量高達五百萬冊。畢德士、華特曼研究62家美國優秀公司，選出其中最傑出的43家公司，分析出這些企業成功的八大秘訣，並以百餘個生動的事例，穿插其間。續著基本上仍沿襲著原著的立論，但是將八大秘訣濃縮成四大要素：顧客至上、不斷創新、激勵員工、領導有方。

本書包含了一本書的精華，幫助讀者用最經濟、省時的方法，吸收最進步、完整的卓越管理理念。

⑥ 見樹又見林——經營的藝術

徐木蘭 著 ● 定價一八〇元

在工商快速發展的今天，人人皆應具備管理知識，本書作者交大管研所教授徐木蘭博士，以簡潔流暢的筆調，討論美國式管理、中國式管理以及二十一世紀的管理教育趨勢等問題。不論是企業的經理、機關的主管或基層工作人員，都可由本書獲得共鳴與啟發，是邁入管理堂奧的啓門鑰。

⑬ 放眼世界談管理

許士軍 著 ● 定價二〇元

在社會走向現代化的過程中，工業化是其硬體的一面，而管理則是它軟體的一面。若缺乏這一面，人們將無法駕馭工業化運作的腳步。

本書是管理大師許士軍教授累積了多年的經驗與研究，對「管理」所作的詮釋。書中不僅剖析國內目前的管理教育、企業環境與管理的關係，並引進日本、新加坡的成功範例，作為國內借鏡。

⑮ 塑造企業文化

——企業傑出的動力

油爾、甘迺迪 合著

江玲 譯 ● 定價一六〇元

「強勁的企業文化是傑出企業不斷追求成功的主要動力。」本書兩位作者研究八十家公司，找出企業成功的根源及方法，舉證實例詳細說明企業文化必備的五大要素，以及如何塑造強勁的企業文化，共同追求成功，迎接未來挑戰。

⑱ 談經營管理

王永慶 著 ● 定價一〇〇元

總營業額一千億台幣的台塑企業，經營的行業有塑膠、化學、木業、纖維、學校、醫院等，在景氣低落的時侯，台塑企業仍能生氣蓬勃，不斷締造佳績，不能不歸功於王永慶獨家的經營理念。本書收錄了王永慶對台塑企業員工及應邀在中、美各地的精彩演講。內容有他白手起家努力奮鬥的過程，也有他與眾不同的做人處事態度，更有他獨到的經營理念。本書獲得王永慶獨家授權，並親自校閱修正。

⑲ 一分鐘管理秘訣

布蘭查、洛勃 合著
汪仲譯 ●定價二〇〇元

這本書是布蘭查博士繼暢銷書「一分鐘經理」之後，進一步將理論與實際結合，提出一分鐘管理的行動方法與實踐步驟，並舉例說明如何將一分鐘管理的三大秘訣實際應用到日常運作上，發揮效用，達到增進員工生產力，提高組織績效的目標。

⑳ 59秒員工

——趕上一分鐘經理的妙法

安德瑞、霍爾德 合著
呂錦珍譯 ●定價一〇〇元

每個管理人員都需要被管理，一分鐘經理也不例外。

「59秒員工」的兩位作者，從員工心理的角度，來看一分鐘管理秘訣，並提出趕上「一分鐘經理」妙法，告訴您如何搶先一秒，展開向上管理的行動。作者用簡潔具體的文字說明作員工的應如何管理上司、管理公司、管理自己，和公司一起成長，邁向成功。

公司員工欲掌握先機，有所發展，不可錯過此書。

㉑ 追求卓越的管理

貝德福、柯恩 合著
王修本譯 ●定價一八〇元

「唱獨角戲的英雄」已不再受歡迎！追求卓越的現代經理，必須揚棄過時的、凡事一把抓的英雄式管理，轉而採取「超英雄」的領導模式，做一個「激勵發展型」的經理！不僅追求良好的工作績效，並致力於發展部屬的潛能和創意，強化自己與上司、屬下的溝通，積極培養團隊合作的精神。本書繼「追求卓越」之後，實際探討中上階層的管理方式與步驟，提供最新、最進步的管理理念。

㉒ 不流淚的品管

克勞斯比 著 陳怡芬譯
●定價一六〇元

產品及服務的品質是企業的信譽和命脈所在！管理成功的秘訣，在於對高品質的堅持！

本書告訴您：如何貫徹實施「零缺點」的要求，使每一個人都能夠「第一次就把事情做對」，減少事後彌補的工作，節省人力、物力的損失。並提供您十四項具體可行的品管改進行動。
中華民國品質學會特別推薦本書。欲使企業更上層樓，不能不讀本書！

㉓ 一分鐘推銷秘訣

史強生、威爾森 合著
陳柏業譯 ●定價一〇〇元

「推銷」是現代人追求成功必備的溝通要訣，每個成功的人，都是深得推銷奧秘的人。

本書告訴您如何以最快的方法增加銷售量、減輕工作壓力；如何掌握關鍵性的一分鐘，做好萬全的準備，達成有效的推銷；如何自我管理，成為快樂而無往不利的推銷人。

「一分鐘推銷秘訣」提供您斬新積極的觀念、簡單有力的方法，幫助您迅速達成目標。

㉔ 哈佛學不到的經營策略

麥考梅克 著 任中原譯
●定價一八〇元

在瞬息萬變、競爭激烈的現代企業環境裡，學院派的經營理論已不敷實際需要。

美國傑出的企業家麥考梅克，匯集二十多年的商場實際經驗與智慧，列舉各種生動活潑的趣聞軼事，以談話犀利的筆鋒，告訴您在學校裡、教科書上學不到的：觀察別人、管理自己的方法；時間管理、開會技巧、商業談判技巧、推銷與行銷策略。是現代企業人力爭上游、追求事業成功必備的好書！

35 企業人的舞台

薩法瑞 著 雷定人 譯

●定價一六〇元

在工商業界這個大舞台上，企業人怎樣呼風喚雨、一決成敗？

本書出自美國公共電視製作的系列節目「企業」，以哈佛商學院著名的個案研究方式，探討企業經營的原則及策略運用，詳細分析李維生、波音航空、肯塔基炸雞、AT&T等知名公司的致勝關鍵，同時生動地描繪出企業的基本要素與主要任務。

本書是透視企業本質的入門之論。

37 一分鐘領導秘訣

布蘭查、齊格密 合著

張國蓉 譯 ●定價一〇〇元

這是「一分鐘管理」叢書系列之二。書中作者仍採用寓言故事的方式，告訴您管理者如何使用「因材施教」的領導秘訣，配合部屬的發展層次，靈活運用指揮式、督導式、協助式、授權式四種基本領導作風，成為成功而有彈性的權變型領導人。

39 21世紀企業全球戰略

大前研一 著 ●定價一八〇元

王慧堂、郝明鏡合譯

世界經濟情勢的變動日趨急速，傳統跨國企業的經營方式已經落伍了。美日歐三大地區，結合為世界經濟主流，並改變跨國企業的經營策略，這已成爲必然的趨勢。作者是國際著名的企業策略家大前研一，在本書中他以詳細的數據、具體的實例爲讀者分析，如何進軍美、日、歐近六億人口的消費市場？並說明台灣等新興工業國應如何認清自己的實力，培養出國際性企業，在21世紀的世界舞台上贏得一席之地。

天下叢書獲作者中文版獨家授權，在台翻譯出版本書。

44 優勢競爭——突破生產力的奧秘

余朝權 著 ●定價一八〇元

企業競爭無時無刻不存在，如何才能掌握優勢？作者余朝權指出，唯有從提高企業中每一個人的生產力著手，進而全面提高公司的生產力，才是競爭致勝根本之道。

本書文字深入淺出，以闡述生產力的觀念爲經，舉國內企業實例爲緯，告訴各行各業的經營者，如何診斷公司的生產力是否低落？如何判別公司提高生產力的方向是否正確？更進一步列出一套提高生產力的實際辦法。

④3 矽谷熱

——迎接高科技文化的來臨

羅吉斯、拉爾森 合著

朱家一、陳怡乘 合譯

●定價一八〇元

矽谷是資訊時代的前哨，它所孕育出來的高科技文化，將是我們未來的生活模式。本書描繪矽谷發展的全貌，敘述矽谷人的創業精神、工作狂熱以及生活型態等，全面探討資訊社會的各個層面，並由矽谷所產生的影響和衝擊，預測高科技未來的發展。本書曾當選新書月刊一九八三年十大最具影響力的書之一，是關心未來的人值得一讀的好書！

④2 辦公室的革命

徐木蘭 著 ●定價一四〇元

本書是交大管研所教授徐木蘭博士，一九八四年在倫敦企管學院作研究訪問後的研究心得。書中指出辦公室自動化勢必成爲未來不可抗拒的趨勢，如何因應這項改變，如何引進這項科技，本書作了深入的探討。

④3 點矽成金

——創新時代的行銷策略

麥金納 著 汪其桐 譯

●定價一六〇元

現代企業如何在行銷策略上不斷創新、突破，才能於瞬息萬變，競爭激烈的市場上出奇致勝，立於不敗？

被譽爲「矽谷魔法師」的美國高科技行銷導師麥金納，以一套獨創的「動態行銷法則」，成功地爲蘋果、英特爾等公司開創出高科技的市場，使社會大眾樂於使用。麥金納的行銷理念不僅適用於高科技，對於其他工業必定也能奏效。

④6 行銷巨人——IBM

羅傑斯 著 陶瑞清 譯

●定價一六〇元

IBM從美國一家製造計算量具的數人公司，到今天已發展爲擁有四十萬員工、營業額突破五百億美元的巨型跨國企業。當實際參與IBM行銷業務三十四年的前任行銷副總裁羅傑斯，在本書中以坦率簡潔的文章、具體生動的實例，點出IBM成功的秘訣，就在於它出色的行銷哲學及策略：包括落實三大信念於日常行銷運作、建立行銷導向的環境、制定顧客策略等。本書忠實傳達了IBM的信念與價值觀，相信任何企業都能從中獲得寶貴的啓示。