

第6章

「經驗照單全收，便能成功」 的迷思

組員介紹

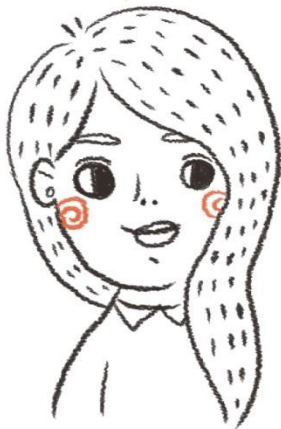


黃子健

動畫三甲

4A3J3030

任務:簡報發表

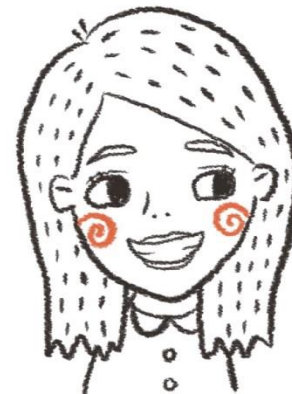


呂筱慶

動畫三甲

4A3J3048

任務:簡報製作



黃于倫

創設三甲

4A3J5011

任務:資料彙整

★ 報告內容三個人都有一起討論ㄟ!!

目錄

- ① 教科書裡亂照單全收，成功大忌
- ② 為「分析」而分析，忽略經營目的的陷阱
- ③ 判斷與選對分析方法，有助於決策
- ④ 為求完整訊息，措施決策時機
- ⑤ 選錯目的，在起跑線上就輸了
- ⑥ 即時更重要！研究開發論點的錯誤
- ⑦ 品牌建立不等於花錢砸廣告
- ⑧ 思考前瞻，才能久安

1

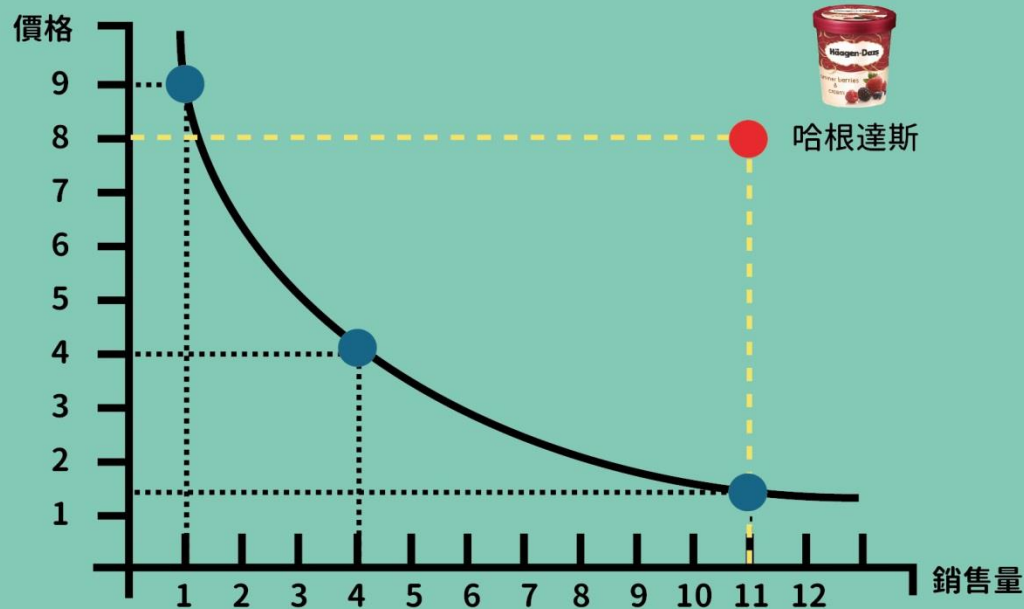
教科書裡亂照單全收—成功大忌

首先，就是「誤以為將成功經驗照單全收，便能獲得成功」的迷思。在這種陷阱裡，最常見的失敗作為是——

- 1 對教科書理論 不加思索地照單全收，並草率作出決策。
- 2 決策品質與速度失衡，過於優柔寡斷而 遲遲無法做決定，或是 下判斷時間太慢。
- 3 決策時 抓錯重點。

讓我們來看看以下的例子吧！ →

需求曲線：將價格提高到某個程度，物品就只能售出一點點，價格越低，銷量越高。



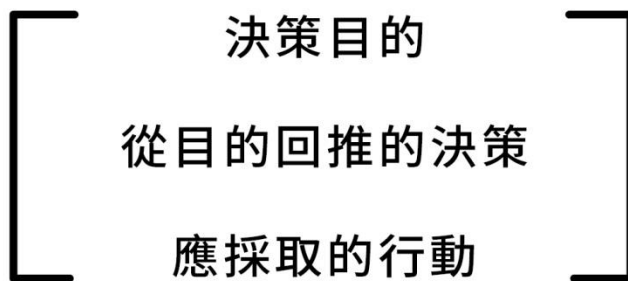
哈根達斯儘管價格再高，該品牌冰淇淋依舊受到歡迎。

[假設] 哈根達斯公司一開始就盲從公式？

2

為「分析」而分析 忽略經營目的的陷阱

分析的目的應該是做出正確的「決策與行動」，而非「分析」本身。



那麼，分析的時候會有哪些盲點呢？ →

常見的SWOT分析法則

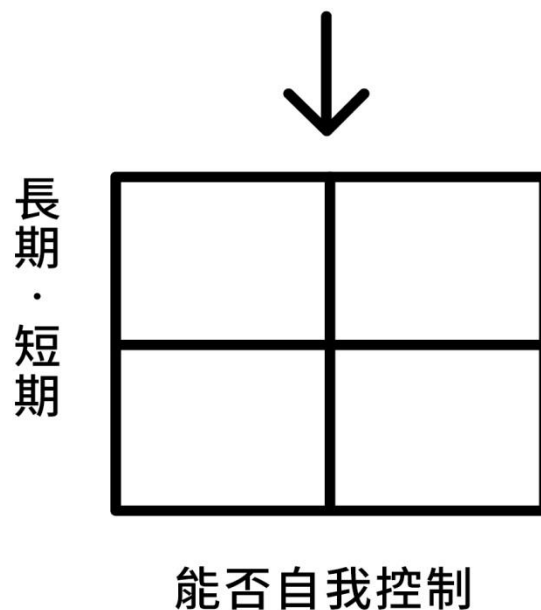
	正向要因	負面要因
內部環境	S Strengths (企業優勢)	W Weakness (企業劣勢)
外部環境	O Opportunities (機會)	T Threats (威脅)

大家有沒有想過，為什麼一定要使用田字型的SWOT分析呢？
可能的回答：「因為教科書上這麼寫的。」、「大家都這麼做啊……」

目標需靠自己主動去思考，若跳過這過程只能永遠借用其他人制定的法則。

③ 判斷與選對分析方式，有助於決策

針對前面所提及的SWOT分析法，我們還有哪些改善方式呢？



田字分析法可替換成其他整理方式-如長期、短期分析

■ 在商場上不論做了什麼，目標都是「創造結果」。
為此，「擬定決策」及「採取行動」才是分析的目的。
分析手法必須注意以下三點——



了解可用之選項

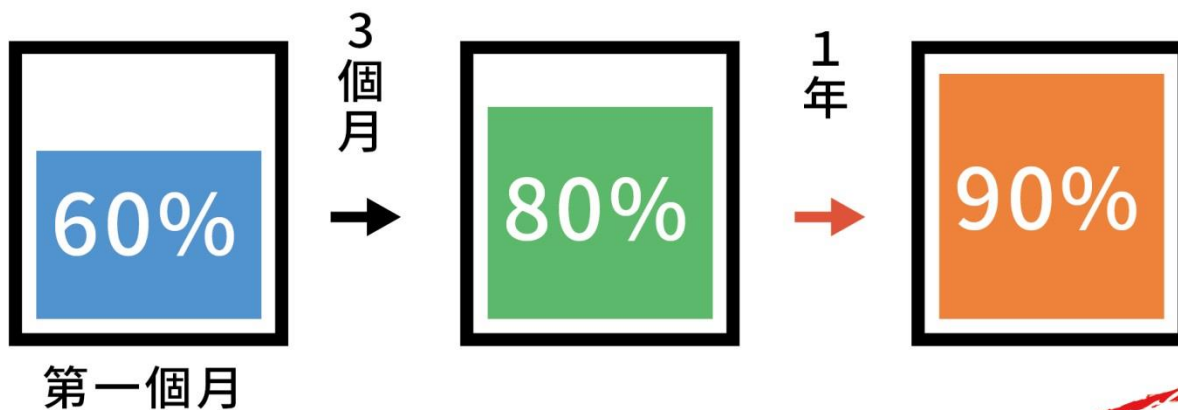
精通「使用方法」

習得「使用能力」

4 為求完整訊息，錯失策略良機

常見的另一個失敗陷阱是「決策品質與速度失衡」，原因就是——

「情報的過度蒐集，而導致無法把握時機做出適當決策」



情報不完全？

■ 一個在情報不完全的狀態也能做出決策的商業人士，他們會先提出前提假設，當下就能決定具體計畫。



「情報」永遠不可能蒐集完整

5

選錯目的，在起跑線上就輸了

「經營」是在擬定決策並採取適當行為後，創造出某個「結果」的過程。

How → ~~**What**~~

▲ 「針對什麼做決策」的項目稱作「論點」

讓我們來看看以下的例子吧！ →

有個男子對自己的肥胖身材十分在意，希望能變瘦一點.....

減肥？



如何瘦下來？

6

即時更重要！研究開發論點的錯誤

R&D

研究開發



怎麼做才能及時提供
符合客戶需求的產品？

A&D

併購後再加以開發



只要看到有優良並可
培養的市場標的物，
便可派遣規劃收購。

7

品牌建立不等於花錢砸廣告



假如有五億?



售後服務 > 廣告

思考何謂「更上位目的」

8

思考前瞻，才能久安

NTT
docomo



「人手一機」的時代



促進通話「商品化」



市場同質性高，以價取勝



找到手機真正的附加價值 (i-Mode)

NTT所提供的不是眼前需要之「配合急速成長所必須做的配套措施」而是10年、20年後，除了通話外，NTT DOCOMO能提供什麼與市場供給做出區別的商品。

結論

我們常誤以為將「成功經驗照單全收，便能獲得成功」的迷思，在這種陷阱裡，最常見的失敗就是，對教科書理論不加思索地照單全收，並草率作出決策。

決策時機也很重要，過於優柔寡斷而遲遲無法做決定或是下判斷時間太慢或決策時抓錯重點，都有可能導致失敗。

在商業領域，並沒有**百分百正確的公式**，教科書上的說法，只是讓人在思考時更容易整理思緒，並得出自己答案而已。

商場上一開始就不存在唯一絕對的正確解答。