

《Amazon的人為什麼這麼厲害？》 導讀講座

打造企業再成長核心DNA

主講人

曾文彥

撲眾展覽事業股份有限公司/威典展覽
整合行銷暨業務部總監



曾文彥

撲眾展覽事業股份有限公司 業務總監
撲眾展覽「CRM系統導入專案」計畫主持人
撲眾展覽-數位化小組 副召集人
威典展覽事業有限公司 整合行銷部總監
日出溫泉渡假飯店 行銷顧問
聚識行銷有限公司 業務顧問

講師自介

2012年8月加入撲眾展覽，於台中分公司威典展覽初期擔任業務。
中期擔任專案管理，負責國際旅展之策畫與統籌。
後期主要負責數位行銷、通路行銷、異業策略結盟與會員行銷。
於2019年導入CRM系統應用在會展產業，進行展覽訪客數據的相關分析。

現任台中分公司整合行銷部門總監，旗下部門負責展覽之虛實整合行銷。

"我是業務人，但勇於斜槓，對數位行銷充滿高度興趣，業務，也可以很不一樣！"



佐藤將之

日本亞馬遜創始成員、事業成長支援顧問

作者簡介



Ever-Growing Partners 代表董事、事業成長支援顧問。曾任職SEGA Enterprises，在2000年7月進入日本亞馬遜，成為創始成員之一。歷經供應鏈管理和書籍採購部門後，於2005年以協理的身分進入營運部門，為全日本最大的物流網路發展帶來貢獻，後於2016年離開亞馬遜。

目前除了以壽司師傅的身分參與日本飲食文化，同時活用在亞馬遜工作15年的經驗，擔任經營顧問，協助企業成長。



購物平台百百種，好買嗎？

顧 客 至 上



這麼厲害！您閱讀過了沒？

這100分鐘，我能獲得什麼？

這堂分享課的核心

不討論電商，討論Amazon的組織與人

不用去Amazon工作，但能理解亞馬遜人(Amazonian)如何工作

亞馬遜公司內的經典個案

亞馬遜創辦人貝佐斯的啟發

導讀理解亞馬遜人的態度與思維

Amazon的14項領導力準則(OLP)

提升思考力，打造企業再成長核心DNA

亞馬遜在做些甚麼

- ◆ 網路書店
- ◆ 零售業
- ◆ 平台服務供應商
- ◆ 亞馬遜物流FBA
- ◆ 數位內容服務
- ◆ 亞馬遜網路服務AWS

活化資產效能最大化

從亞馬遜物流FBA到亞馬遜網路服務AWS

作者提出近年來出現相似概念的雲端服務

如

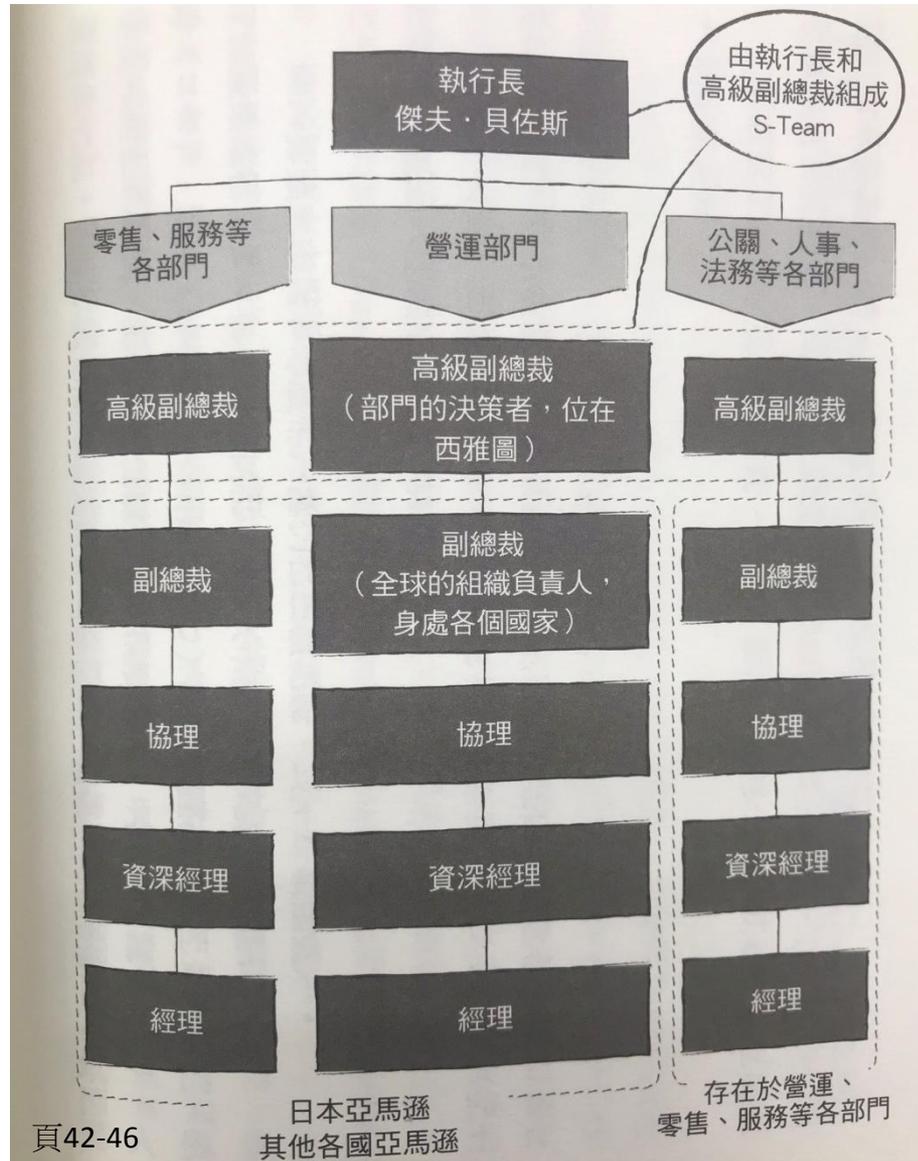
出租閒置空間-Airbnb

活用車輛閒置時間-Uber

你聯想到還有什麼呢？



亞馬遜組織圖



層級少的垂直組織，決策權集中在總部

案例 | 強調效率的快速決策

“一個十億日圓規模的設備投資提案，只花了短短兩天就通過了！”



運輸成本



顧客滿意度

“因為亞馬遜主管都會遵守這個原則：

**如果投資效果明顯
最終又能提升顧客滿意度的話，就不需要浪費時間決策。”**