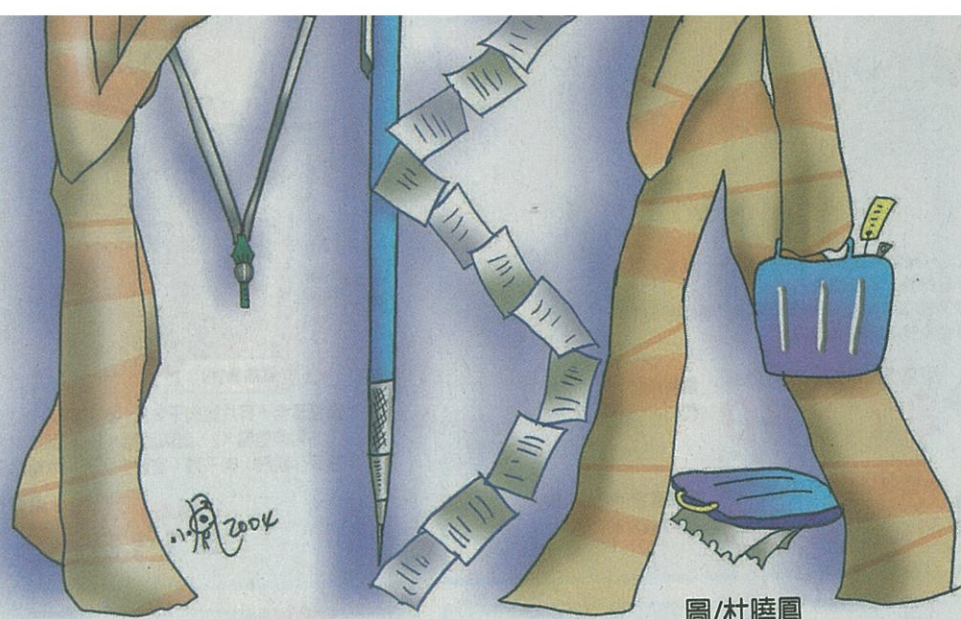


巨對大刻還會
是一個綠地，
硬體搞的現代
許，就很多的
，一時

消費
上海的
的許登
放、賣
求，總
高品質
置的規
行，事
解「賣

汽車銷
，左岸
何麗玲
」，以
論，商
的人就



圖/杜曉鳳

〈管理方塊〉

讓知識管理成為動詞

■王選昌

上班族朋友都應聽過知識管理這個「名詞」；其實這就是這些朋友對知識管理的誤解，因為它應該是個「動詞」。

所謂名詞，就是在媒體、書籍，或口中常常看到、提到，但未能見諸行動的知識管理；就因為未能讓知識管理成為動詞，許多上班族朋友甚至於企業，雖都知什麼是知識管理，以及知識管理的重要性，但大都到此為止，未能探討及採取下一步行動：如何作知識管理。如果這一步未能邁出，則知識管理只不過停留在「概念」階段；概

念雖能對我們提供啟發，卻必須透過行動獲致具體價值與利益。

首先，要有取捨。我們這個時代不僅僅是一個知識爆炸的時代，也是一個十倍速的時代。我們的時間、資源，與精力均非無限，我們沒有辦法獲取、吸收，及運用我們週遭所有的知識，必須有所取捨。不僅要取捨正面並摒棄污染性知識資訊，而將吸收知識的範疇限定在自己人生價值取向上。

如果我們的人生價值所重視的是健康、事業、家庭，則我們就該從這些角度匯集、管理，及運用這些知識。舉例而言，如果我們的職涯目標係

買時定是四款四款

他的頭銜是「月涵投資顧問公司總經理」，但日前出席台北大學舉辦的「新世紀的競爭策略」座談會時，被主持人介紹為「月涵投資顧問公司董事長」，谷月涵馬上笑著說沒關係，「我的董事長不會生氣，因為我的董事長就是我老婆。」原來他還是「台灣女婿」。

他接著自我解嘲：「我的董事長常威脅我，要把我解僱；不過，我也常威脅她，我要辭職，因此我們算是扯平。」

至於董事長與總經理，誰最會投資？台北大學企管系教授林靖立刻替他回答：「當然是月涵投顧公司的董事長比較會投資，因為她選了一個可以長期獲利的績優股—谷月涵先生，等於挖到一座金礦。」

以電子業為定位的終身事業，就要以電子業專業經理人或創業者應具備的要件，分階段作為吸收知識的範疇。

其次，要進行管理。既然這是一個知識爆炸的時代，每天我們所能看到、談到、聽到有關前述健康、事業、家庭的資訊及知識不知凡幾，在取捨之後依自己知識管理的方法或系統予以歸類、分項、分目。所謂分類係指屬於健康、事業、家庭……；所謂分項，係指在分類之後，依其內容予以歸項。

如上班族朋友的職涯或未來事業發展為人力資源管理，則可依選、用、育、留等分項。所謂分目，係指在分項之下再行分目。諸如「留」，就依對員工的激勵、員工溝通、對員工領導統御等予以歸目建檔。

由於資訊科技的發達，此等知識管理似可不必再依傳統，像圖書管理方法以卡片、資料夾、檔

期望滿足需求的迫切性越高，採購的速度就越快，能夠掌握這一點，成交的可能性就越高。

綜合上述四點，你可以用比較科學的方法來衡量成交機率。每一個評估項目，最低的1分，最高5分。四大項得分總計20分者，成交的希望最大，這筆交易幾乎十拿九穩，因此，總分在17~20分者為A級客戶；總分在13~16分者為B級客戶；得分在12分以下者為C級客戶。

經過這種評分之後，便能掌握客戶的全貌，並檢討得分低的項目，列為下次拜訪時努力獲得資訊的目標。如此，逐項改善後，必能獲致成果，這四大項的評估及評估後的行動計畫，將大幅提升你的推銷效率。

（作者是哈佛企管顧問公司董事長，本文與「管理精華錄」同步刊登）

案櫃方式管理，應可借助資訊系統；且知識管理軟體系統早已開發、使用。上班族雖因經濟能力無法購買，仍可以簡易方法請朋友，或自己學習以文書櫃進行管理，自行設定關鍵字以便搜尋。

再者，應予運用。知識管理雖然重要，但不是目的，運用這些知識才是目的。許多朋友認為這些知識可在需要時再進入這些知識庫去搜尋，其實這是運用知識較保守的方法；更積極的方式是經常進入此一知識系統瀏覽，以便了解系統中有那些資訊，透過瀏覽溫故而知新；經由再次瀏覽，發現及刪除無用或不當資訊；了解那些知識或資訊有待強化。

知識管理這個名詞，大家都耳熟能詳，我們現在該做的是把它變成動詞。與其坐而言，不如起而行。朋友，從今天開始吧。

（作者是精策管理顧問公司總經理、上海精群管理諮詢公司總裁）