



專題討論

創新型高管的內涵 與邏輯思維

Innovative Executives' Instincts & Logical Thinking

國立陽明交通大學跨領域醫學博士學位學程

Jerry Chang , Oct. 5th, 2022



提綱：

Part I:

- 企業高管 Snapshot

Part II:

- 企業創業【生命週期】
- 創業家與創新型高管的內涵

Part III:

- 創新型高管的邏輯思維
- AI數位轉型的誤解與認知
- 結語



Part I:

企業高管 Snapshot

- 企業高管 Snapshot



企業高管包括哪些“長官”

【起】首席執行長，首席執行官，Chief Executive Officer, CEO

- 執行策略：市場趨勢與商機潛能、產業生態鏈整合、創新產品服務、市場拓展定位；
- 市場策略：目標市場現況、階段性發展方向、企業市場佈局、市場拓展策略。

【承】首席技術長，首席技術官，Chief Technology Officer, CTO

- 產品服務：系統結構、功能特色、技術優勢、如何符合市場需求、如何對接產業鏈生態體系、如何整合產業相關資源、中長期研發策略。

【轉】首席營運長，首席營運官，Chief Operating Officer, COO

- 營銷機制：企業產業生態鏈定位、階段性目標市場佈局、階段性市場營銷機制；
- 銷售機制：市場佔有率指標、行銷渠道佈局、階段性銷售執行、盈虧策略機制。

【合】首席財務長，首席財務官，Chief Financial Officer, CFO

- 籌劃分析：財務規劃、風險管控、同業競爭分析、融資籌募策劃與執行；
- 企業結構：核心團隊建制、組織結構規劃、企業轉型策略、投資退出戰略。



企業高管包括哪些“智庫”

【台前】首席營銷長，首席營銷官，Chief Marketing Officer, CMO

- 市場策略：企業產業生態鏈階段性/整體定位、階段性目標市場的篩選和拓展策略。
- 營銷策略：階段性目標市場佈局、階段性產品銷售開拓、階段性目標市場營銷策略。

【幕後】首席策略長，首席策略官，Chief Strategy Officer, CSO

- 前景展望：市場趨勢走向、產業生態變遷、創新營銷籌劃、策略彈性機制。
- 企業策略：營銷策略監督、商務模式調配、成長擴容途徑、整體計劃執行。

【執行單位】Operational and Supporting Casts

- 生產製造、人事資源、法務部門、信息系統、會計出納、一般行政、審計稽核、媒體公關、售前支援、售後服務、項目管理。

【社交媒體營銷】Social Media Marketing

- Paradigm Shift: Consumer Behavior Change, Corporate Decision Making.
- Market Dynamics: It pays to be No. 1. There is no glory in being No. 2.
There is no profit in being No. 3. There is no point in being No.4



企業高管其它的暱稱和分類

- Chief Executive Officer
- Chief Entertaining Officer
- Chief Excuse Officer
- Chief Exiting Officer

CEO



- Chief Technology Officer
- Chief Trash Officer
- Chief Talking Officer
- Chief Terrible

CTO



- Chief Operational Officer
- Chief Orange Officer
- Chief OMG Officer
- Chief Obsolete Officer

COO



- Chief Financial Officer
- Chief Food Officer
- Chief Fierce Officer
- Chief Failure Officer

CFO



- Chief Marketing Officer
- Chief Meat Officer
- Chief Misleading Officer
- Chief Meaningless Officer

CMO



- Chief Strategy Officer
- Chief Steak Officer
- Chief Surfing Officer
- Chief Stupidity Officer

CSO



請問哪一個企業高管最重要？





Part II:

企業創業【生命週期】 Entrepreneurship Lifecycle

- 企業創業【生命週期】
- 創業家與創新型高管的內涵

矽谷典型企業創業的生命週期

□ 矽谷典型企業創業的生命週期，可經由5個“P”來體現：

(5) 問題 (Problems) :

絕大部分此類的新創公司都陸續遭遇到了種種的問題，最後沒有其它選擇，只能關門大吉。

(4) 潛能 (Potential) :

他們所共同創辦的這個新創公司就能成為產業界中的泰斗，隨即掌握目標市場所有的潛在商機，並獲取大量的利益；

(1) 團隊 (People/Founders) :

一群智慧聰穎的科技從業人員聚集在一起，根據大家的創意，創了一家新創公司；

(2) 定位 (Position) :

這群創業團隊認為他們的創意，在目標市場中的營銷定位是完美無缺的；

(3) 產品 (Product) :

他們只需將產品開發完畢，然後在目標市場中推出這項創新的產品或服務後；



矽谷成功企業創業的生命週期

□ 矽谷成功企業創業的生命週期，亦可用同樣的5個“P”來體現（將順序顛倒）：

(1) 問題 (Problems):
有哪些是目標市場急需解決的問題？

(2) 潛能 (Potential): 如果能夠及時提供適當的產品或解決方案，替目標市場解決這些問題，提供這個解決方案的新創公司能夠獲取多大的商機和利益？

(5) 團隊 (People/Founders):
這群科技從業人員，是否適合組成一個創業團隊，共同創辦這個新創公司？

(4) 定位 (Position):
在目標市場的產業鏈環節中，這個新創公司要如何制定其在市場中的定位？

(3) 產品 (Product):
這個新創公司是否能開發出適當的產品，且能在產業鏈中立足，並獲取市場最大的商機和利益？





Part II:

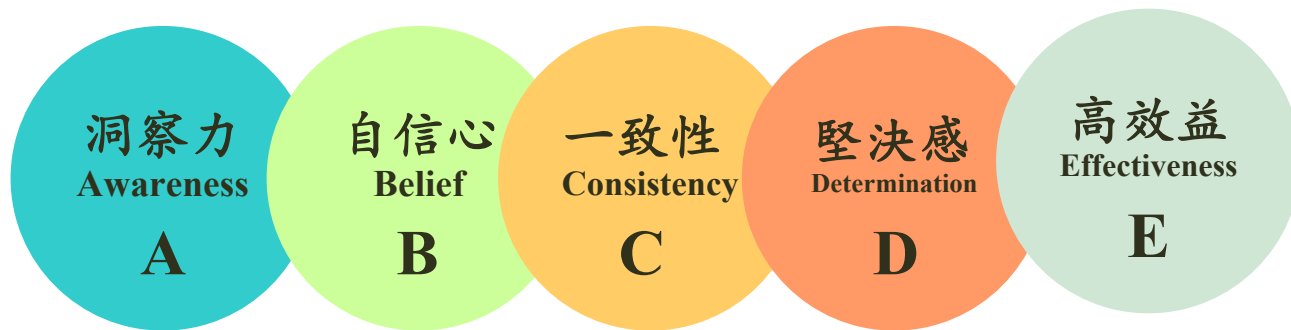
創業家與創新型高管的內涵

- 企業創業【生命週期】
- 創業家與創新型高管的內涵



創業家的魅力 (Charisma)

- 從風險投資的角度來看，選擇一個精英的創業團隊是最重要的關鍵；這也是為何有創業成功經歷的創業家，經常能再次獲得風險投資公司的投資；
- 對於首次或是沒有創業成功記錄的創業團隊而言，風險投資公司在評估創業團隊成員時，會從下述創業家與生俱來獨有的幾個內涵特質 (A,B,C,D,E) 著手：



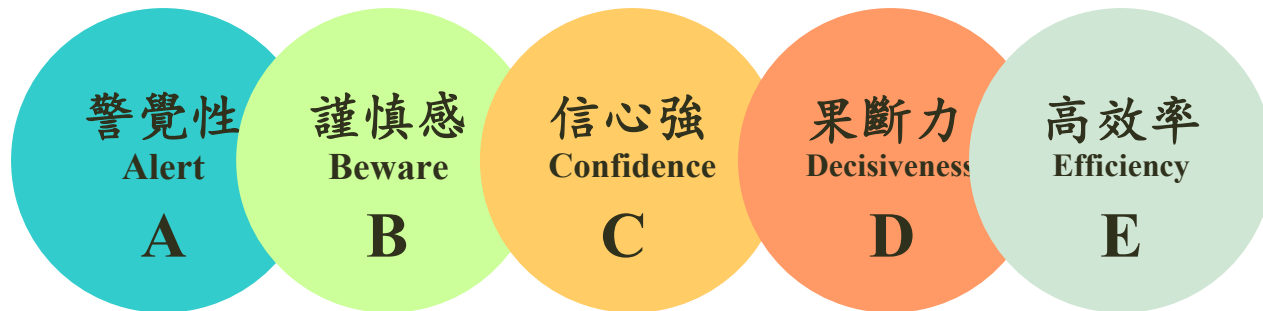
- 上述創業家獨有的“A,B,C,D,E”，常被稱為創業家的魅力。





創新型高管的本能 (Instinct)

- ❑ 企業能否能聚集一個高管精英團隊 (Elite Business Management)，是企業成功的一個關鍵；
- ❑ 然而，優秀的創業家卻常常不是一個企業管理精英，企業若是能有卓越的創業家搭配出色的企業管理精英，會大幅增加企業成功的機率；
- ❑ 與創業家的魅力相比，企業管理精英亦有其與生俱來 (A,B,C,D,E) 的內涵特質：



- ❑ 上述企業管理精英獨有的“A,B,C,D,E”，常被稱為創新型高管的本能。





Part III:

創新型高管的邏輯思維 【狐狸矩陣】 Fox Matrix

- 創新型高管的邏輯思維【狐狸矩陣】
- AI數位轉型的誤解與認知
- 結語

創新型高管：【狐狸矩陣】邏輯思維



**Fox
Matrix**



**Reverse
Thinking**



**Forward
Thinking**

創新型高管：【狐狸群效應】



首席策略長
Foxes Effects

CSO

F Future Outlook

O Operation Alternatives

X eXtracting Company Values

E Ensuring Market Shares

S Sustaining Profitability



其他高管
Foxes Effects

CEO/CFO/CTO/COO/CMO

F Facilitating Value Chain

O Operational Focus

X eXecuting Strategies

E Evaluating Key Results

S Supporting Infrastructures





【狐狸群效應】邏輯思維衍生

- 無論是新創公司商業計劃書、企業內部項目企劃書、高管年度企劃書，均可總結於其將如何達成【狐狸群效應】。

【狐狸群效應】

創新型高管/新創公司創辦人

F Facilitate Value Chain

O Operation Focus

X eXecution Strategies

E Evaluating Key Results

S Supporting Infrastructures

【狐狸群效應】

商業計劃書，項目/年度企劃書

F Ecosystem & Money Flow
產業生態體系及資金流

O Target Market Planning
目標市場的制定及規劃

X Business Model 商務模式
Go To Market Strategies

E KPI Verification & Reaction
階段性指標執行及評估

S Financial Planning
相關財務規劃和執行

創新型高管：【狐狸群效應】總結





Part III:

AI數位轉型的誤解與認知

- 創新型高管的邏輯思維【狐狸矩陣】
- AI數位轉型的誤解與認知
- 結語



AI數位轉型成功的關鍵因素

從資通訊科技看數位轉型:

- I: Information 資訊
- C: Communication 通信
- T: Technology 技術

Stage III:

- I: Infrastructure 基礎設施
- C: Cost 成本結構
- T: Transformation 轉型

Tightly-Coupled Deployments

【緊耦合部署】

Proof of Business (PoB)

【業務性融合】

業務獲益
(Business Profits)

產業炒作
(Industry Hypes)

AI 數位轉型

【誤解 vs. 認知】

服務銜接
(Service Engagement)

Stage I:

- I: Information 資訊
- C: Communication 通信
- T: Technology 技術

Disassociated Demo

【無關連演示】

Proof of Concept (PoC)

【概念性驗證】

Stage II:

- I: Interoperability 互通性
- C: Convenience 方便性
- T: Transparency 透明度

Loosely-Coupled Trials

【鬆耦合試用】

Proof of Service (PoS)

【實質性服務】





Part III :

結語

- 創新型高管的邏輯思維【狐狸矩陣】
- AI數位轉型的誤解與認知
- 結語

【企業創業生命週期】與【狐狸矩陣】



趨勢走向原因 趨勢走向前瞻 趨勢走向轉捩點

Problem: Future 【CEO, CMO/CTO】

現今市場規模 市場演進速度 主流市場徵兆

Potential: Forward-Looking 【CMO, CEO/CFO/COO】

核心成員結構 市場環境變遷 業務模式轉型

People/Position: Financial 【CFO, CMO/COO/CEO】

商業運作價值 產業生態鏈價值 整體市場價值

Product: Future 【CTO, CMO/COO/CFO】

利益化商業定位 階段性拓展定位 產業鏈市場定位

Position/People: Forward-Looking 【CMO, CEO/CFO】

創新型高管的邏輯思維 其實很簡單

善用【狐狸矩陣】

配合【狐狸群效應】

說不定會有意想不到的收穫

