

三十會

# 「鑽」與「洞」



還記得從一個市場學教授學了一句話：「顧客想要洞，不是鑽。」(Customers want holes not drills.)，這看似消惑視聽，卻有深意。

顧客買鑽是為了鑽洞，「鑽」是工具，「洞」是目的，所以對洞的要求就支配了對鑽的需求，假如有另一個更好造洞的方法，鑽就可能被取代。同樣，「洞」其實也只是工具，它對顧客沒有自身的意義，其目的可能是用於牆上掛物；若有更便捷牆上掛物的方法，例如是魔術貼掛鈎，那麼「洞」也可能被取而代之。所以了解顧客購物的真正目的和需要，才能準確釐定產品定位，更有效掌握市場潛在的挑戰與機會。

解顧客購物的真正目的和需要，才能準確釐定產品定位，更有效掌握市場潛在的挑戰與機會。

## 捨本逐末「忙」變「茫」

這鑽與洞的思考，在很多範疇上都可以應用。我們很多時候做事，都花了很多精力時間於做事的方法上，卻遺忘了事情本身原來的目的，捨本逐末，從「忙」致「忘」，最後變「茫」。在家中，夫妻為了年度旅遊安排而爭執，各持己見，各不相讓，最終傷了感情，忘了旅遊原為了促進他倆感情。在公司裏，公司希望藉着流程改造去增加工作效率，推行時卻不得其法，變成了有形無實，為做而做的「交功課」項目，最後增加了工作負擔，減低了工作效率。

在社會中，各方英雄為政改方案爭辯，當中焦點只有普選時間表，普選由原來「工具」變成神聖不可侵犯的「目標」。選舉方法本身原是要得好政府，好政府是要為人民謀福祉，所以沒有必然好的選舉方法，最終視乎人民的利益為判斷好壞的依歸，因時制宜。

人的一生也是一樣，財富、物質、地位往往被誤為人生的目標，人窮了一生去追求，賠上家庭、健康和有限的歲月，最終可能恨錯難返；正如聖經說：「人若賺得全世界，賠上自己的生命，有甚麼益處呢？人還能拿甚麼換生命呢？」，在這方面，誤當工具為目標，後果可嚴重啊！

方瑞女

工程師

www.30sGroup.org