

奇客電腦

奇客電腦個儻不羈的創辦人依然致力於貢獻己力及塑造願景

10-15

羅伯特·史蒂芬茲分毫不差地記得當年他簽約的那一晚，這項交易將把其生氣蓬勃的新創公司奇客電腦納入百思買大型企業的保護傘下。時值二〇〇二年十月，當時三十三歲的史蒂芬茲正在運籌帷幄，以期帶領奇客電腦這家他在大學時代創立的電腦維修公司再創新高。

分析師表示，此後奇客電腦便從原本六十名員工和近三百萬美元的銷售額，逐步成長為全球最大的技術支援營運體，年營收達十億至十五億美元。

世界各地每天大約有兩萬四千名「幹員」來上班，他們穿著白色的領尖釘鈕襯衫（譯註：領尖用鈕扣固定在衣身上的襯衫）、黑色長褲和扣式領帶（譯註：預先打好的領帶，穿戴時只需扣在衣領上）。他們依然開著該公司註冊商標的黑白相間「奇客車」到府服務，而且在全美一千一百四十三家百思買分店中皆設有據點。

而這些奇客對於公司未來的重要性可能更勝以往。

「奇客電腦成了公司核心策略的一部分，而且重要性愈來愈大，」分析師米其·凱澤表示，「奇客除了推動刺激銷售之外，還能提升顧客滿意度，使百思買得以成為個別消費者相當信賴的顧問及資訊科技人員。」

成功的關鍵

略顯古怪的奇客電腦品牌的成功關鍵，在於那位個儻不羈的創辦人史蒂芬茲與將他納入旗下的百思買之間非比尋常的融洽關係，產值數十億美元的百思買公司名列美國《財富雜誌》五百大企業。

放眼美國企業界，處處可見成功創業家在其公司被收購的一年至一年半內離職的紀錄人。有些創業家離職的原因是因為和新公司文化格格不入，或是無法忍受母公司企圖進行的改變；有些人則被排除於核心之外，只被安插參與預算會議，但他們卻寧可從開創性的工作。以兩百美元及一輛自行車成立奇客電腦的史蒂芬茲，曾研究過這些失敗的轉變過程，並誓言絕不加入失敗者的行列。

「我不再是老闆了，而這點讓我謙虛不少，」他說，「我決定不要當這種自以為無所不知的創辦人。我的目標是不靠權威就能發揮影響力，要學習和研究。」

10-16

史蒂芬茲曾經把奇客電腦形容為「活生生的漫畫書」，靈感取自《星際大戰》和《警網》等警匪影集。他把奇客電腦的幹員塑造成類似的形象，彷彿在說：「女士，請離開電腦，讓奇客電腦來幫你」（譯註：squad 有特警隊的意思）。

點子廣受歡迎

很快地，奇客電腦替 3M 公司、通用磨坊、好萊塢製片及搖滾巨星修理電腦。史蒂芬茲最早期的客戶之一是法蘭克·班內特，這位事業有成的創業者很快便成為重要的顧問。

班內特敦促當時二十幾歲的史蒂芬茲擬定商業計畫，好配合他的絕妙點子。

「我鼓勵他持續跟百思買洽談，但也不要操之過急。」班內特這麼表示。

這段招商期持續兩年，始於二〇〇〇年，當時百思買把一些奇客電腦幹員派駐在明尼蘇達州的百思買分店。

自從百思買在二〇〇四年展開全國性的擴張之後，奇客電腦對於銷售額的貢獻便持續增加。至於

沒有納入估算的部分則是，其中究竟有多少人是因為有奇客電腦人員隨時待命，而選擇在百思買購買日益複雜的電子產品。

不斷進步的科技等同於機會

史蒂芬茲認為，二〇一〇年開啟了一個新紀元，因為科技上一些原有的界線將持續瓦解。

「你口袋裡將擁有一個高速、彩色畫面、百萬畫素，具有全球定位系統功能、地理定位功能、即時連線而且還會講話的社交搜尋引擎。它將預測你想要的事物，然後會說：『有了所有這些功能之後，你接下來會怎麼做呢？』」

他表示，那就是奇客電腦大顯身手之處了。「我們的工作尚未完成。光是在行動電話以及功能接近電腦的電視等層面，奇客電腦仍處於萌芽階段。」

「我總是說，只要自己覺得還能有所貢獻，工作有趣，而公司也願意聆聽，我就會留下來，而至今這三個問題的答案依然是肯定的。」