

## 如何計劃一次會議

### 10-04

召集會議以前，有幾個關鍵性的決定能幫忙確保這個會議在一開始時就步上正軌。會議的目的主宰這個會議需要採取什麼形式來運作，以及是否需要安排社交活動。

會議通常有兩種型式：(1)腦力激盪型，目的在想出新鮮點子，或是(2)觀念釐清／決策擬定型，目的在釐清，執行或是解析政策與重大議題。

第一種腦力激盪型的會議一般比較不拘泥，而且是向與會者拋出挑戰或是疑問。目標是鼓勵與會者熱烈參與和彼此信任，以便活化創意思考。

第二種觀念釐清／決策擬定型的會議，最大的難題在於與會者必須一方面掌握住現有問題的核心，又同時能提出個人不同的見解來。與會者必須知道最後的決定是使用那一種決策方式——管理式、民主式、或是共識決式。再者，鑑於現在資訊傳播是如此便利，會議之前就把所有相關資訊先轉給與會者，將可以省下寶貴的會議時間。

與潛在客戶開會的目的通常是要建立起長期關係。因應這種情形，要能挪出時間享用點心和進行社交，常常可以創造出比較好的團體互動關係並且強化個人聯繫。

最後，會議一定要準時開始和結束。這樣做傳達出的訊息是尊重與會者的時間，而且是聰明的做法。

### 10-05

伊蓮和理查是廣告公司的經理，兩人正在計劃一場與新客戶一起進行的會議：

理查：實際上，我們需要兩場會議：一場用來聽取客戶的需求，另一場用激發點子。當我們在腦力激盪的時候，客戶不會在場，所以讓我們把重點放在第一場的會議上。

伊蓮：第一場會議的目的是會面和致意，祭出一篇本公司的競爭力分析報告，而且要說服客戶，我們一定能替他們的全新系列的耳機想出來最棒的廣告詞來。

理查：所以說，我們會有一些交際活動，但也需要緊湊的時間表，就讓我們用些點心做為暖場吧。

伊蓮：好主意，那樣就可以當成我們的開場，而且顯出我們的創意來。但是遲到的人怎麼辦？

理查：我們不能冒風險讓公司形象不專業。客戶一到，我們就開始。告訴習慣遲到的那些人要早來 10 分鐘。

伊蓮：財務部的蘇西會負責那篇競爭力分析報告。不過她做簡報時通常沒有表情、比較僵硬，所以我們給她 3 到 5 分鐘好了。

理查：而且，總經理要列席會議，但是不當主席。我相信妳就是帶領這會議的最佳人選。

伊蓮：好的，我來帶這會議。但是讓我們在會議結束前留 10 分鐘「見機行事」吧。

理查：嘿，好詞！難怪妳能混廣告這一行。