

KTM—奧地利國寶自行車的品牌再造

適用課程

領導理論、危機管理、變革管理、行銷管理

教學目標

本個案所涉及的商管理論可供領導課程探討領導與溝通、領導的方式與領導者的特質；危機管理課程探討何謂危機？在哪些情況下可視為危機？危機的特性、危機管理；行銷管理課程討論 B2B 顧客關係管理、行銷企劃的製作方式；變革管理課程可以探討變革的定義、抗拒變革的原因與減低抗拒的方法。由於上述的課程較屬於策略制定的層級，故較適合具有管理基礎的學生，像大四生、研究生（MBA 與 EMBA）。如同下列兩點所述：

- 1、個案適用於領導理論、危機管理、行銷管理、變革管理、企業管理等課程。
- 2、由於個案本質與企業經營有較密切之關係，所以在授課的對象上，建議以研究所、EMBA 以上的層級為主，較能感受個案所要傳遞的訊息。

教材

陳苡任、樂斌、陳鳳滿(2011)：KTM—奧地利國寶自行車的品牌再造，光華管理個案收錄庫(KMCC)個案編號：1-11012-11。

請討論

- 1、請由本文整理出奧地利的經營環境有哪些條件與限制？
- 2、請幫 Carol 思考擔任執行長會碰到哪些問題？
- 3、請思考展覽會上老客戶的建議與 Carol 的調查，對 KTM 而言是否為危機？
- 4、請整理出主管們對於改變 KTM 的產品設計，會帶來哪些影響？
- 5、請從個案彙整員工抗拒產品設計變革的原因為何？
- 6、面對員工的抗拒，您對 Carol 有哪些建議？