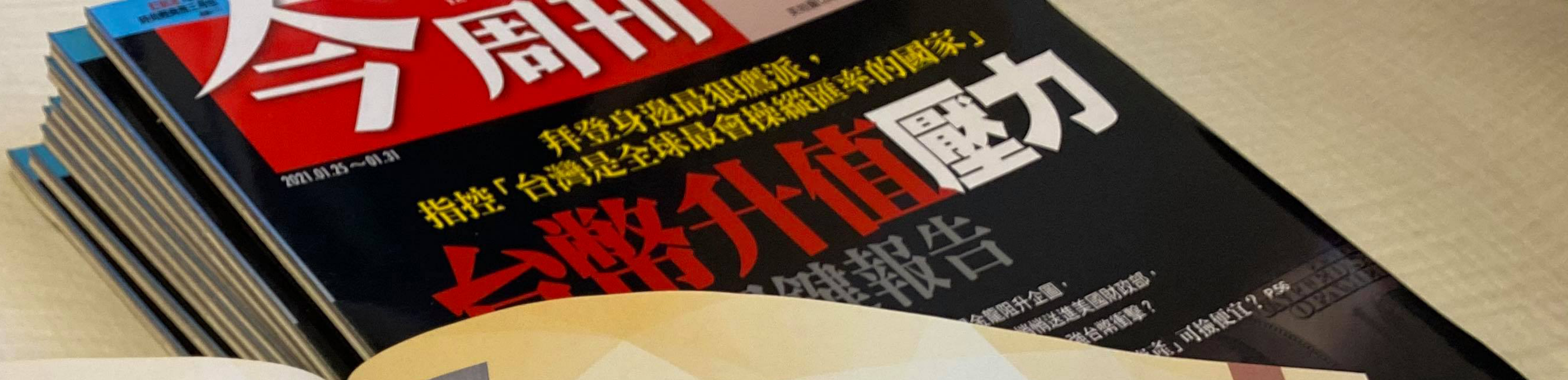




## 企業再造 開出一門75萬的

這堂課一期要價七十五萬元，還不是有錢就上得了，想報名要先交出你的熱忱及理念。由李奧貝納執行長黃麗燕領軍，不只要幫中小企業打造品牌，還要組成台灣品牌大聯盟！

# 黃麗燕揪日本大師開出最貴品牌課

連下好幾天的冬雨，台北的早晨溼濛濛。不到九點，位於南京東路上的一間會議室裡，已經坐滿準備上課的同學。這些同學個個都是台灣中小企業的CEO，就連大苑子、早安美芝城、鮮乳坊等知名品牌的創辦人，都趕來認真聽講。

「打造品牌，一定要有Vision（願景）、Mission（使命）、Value（價值）」日本中小企業品牌大師村尾隆介雙手握拳，露出熱情笑容，為了教授「WAVE品牌課」，即使需要十四天居家隔離也沒讓他打退堂鼓，仍遠從日本來台。村尾隆介曾經協助日本上千家中小企業建立品牌，一年為三百家企業策畫品

牌，是日本最搶手的品牌顧問。他不只協助企業，還致力於地方創生，日本山形縣朝日町就在他策畫下，靠著一個Logo打響知名度，不僅帶動當地特產蘋果及葡萄酒的銷售，極富設計感的禮品，也讓朝日町成為故鄉納稅的熱門選項，小鎮稅收增加超過三十倍，二〇一九年還創下稅收破億日圓的奇蹟。

我們是第一。李團執行長暨大中華也是WAVE品牌課麗燕接著說：「不小企業成立品牌，目標是建立台灣領



攝影 唐紹航

CEO社群。」因為異業合作會是未來的主流趨勢，她的眼神發亮。

「我想透過WAVE讓台灣中小企業認識打群架的魅力，將眼光放得更遠，創造獨特的價值。」黃麗燕說，每一期品牌課在招生時，會特別挑選學員的產業別，保證同屆學員的業種都不會重複。

即使這門品牌課一年學費高達七十五萬元，但是，有錢也未必保證錄取。黃麗燕說：「最重要的條件是，必須要是握有公司決策權的人。」除此之外，「我們不太看公司規模、資本額，更在乎有沒有理念及熱忱。」除了重視學員間的業種分布外，親屬也不能一起參加。目前參與課程的學員約四十位，一屆人數上限是十五人，總學員數一百人額滿後，就不再招生。

的外商CEO，尾隆介更是其中一九年疫情尚未們還帶著學員到「光上一堂課就

「他們的基礎，背後還他以鳥取縣例，除了發展觀光，方經濟。

「探尋品問題開始！成立品牌就

## 業主搶著上的品牌課

### 商CEO師資群

本土企業，外商更嫻熟品牌。講師都擁有10年以上外

### 化品牌實戰案例

牌大師村尾隆介導入日本

### 脈異業結盟

互砥礪刺激，機會

會手品牌顧問之稱的村（一），親和力十足，與學員打成一片。