

诚信建设与品牌形象提升

主讲人：姬涛

课程背景：

自从改革开放 30 多年以来，中国社会经济得到迅猛的发展，恰恰在这个经济飞速发展的进程中我们又出现了一连串的诚信危机问题。

一个社会失去了诚信，就等于失去了和谐的基石。如果我们认真审视一下当前的社会，我们会发现假冒伪劣的商品四处泛滥，虚假广告遍地都是，坑蒙拐骗的事件时有发生，城市的墙壁上到处张贴着假药、假文凭、假学历的广告。由于缺乏信任而造成的社会性的不满、愤恨、恐慌、不安等现象也时有发生。这些事件中有些是个别、局部的，但引发了整个中国社会诚信危机，人们似乎谁也不信谁了，让人感觉到社会信任资本的脆弱和无奈。中国社会的诚信问题面临严峻的挑战。在经济领域，违背合约的事情司空见惯；坑蒙欺骗偷税漏税现象十分普遍；企业恶意逃债，银行不良资产继续存在。在政治生活中，欺上瞒下、阳奉阴违、愚弄民众、欺压百姓的现象仍然存在；行贿受贿、权钱色交易、跑官卖官等腐败现象屡禁不止；贪赃枉法、虚报业绩也屡见不鲜；司法腐败和司法不公也损害了公众对法律的信任。在文化生活中，剽窃他人研究成果、买卖假文凭更是比比皆是。在社会生活中，人与人的关系普遍冷漠，见死不救、见义不为的现象屡见不鲜，形形色色的诈骗事件使人们感觉人心叵测。人与人之间的可信度、人与企业之间的可信度、人与政府之间的可信度下降，整个社会诚信体系遭受侵蚀，产生了严重的诚信危机，对国家、社会和人民生活产生了严重的影响。

如果一个企业失去了诚信，就是失去生存之道。企业是一个社会经济人，既要谋取利润，讲究经济效益，更要讲究诚信。在市场经济快速发展的今天，诚信对于企业将愈显重要，是企业生存之道。如果企业不守诚信，其他一切作为都可能是舍本逐末、枉费心机。记得在一次企业培训的课程中我讲到了当今企业的诚信问题，下课后一位学员给我的手机里发来一条短信，内容如下：中国人在食品中完成了化学扫盲：从大米里我们认识了石蜡，从火腿里我们认识了敌敌畏，从咸鸭蛋、辣椒酱里我们认识了苏丹红，从火锅里我们认识了福尔马林，从银耳、蜜枣里我们认识了硫磺，从木耳中认识了硫磺铜，今天三鹿又让同胞知道了三聚氰胺的化学作用。外国人喝牛奶结实了，中国人喝牛奶结石了。虽然这位学员注明这是一则搞笑短信，但我仔细看完后却怎么也笑不起来，像三鹿集团这家有着 50 多年悠久历史的乳品企业，它所生产的婴儿奶粉价格低廉，是广大中低经济水平家庭的首选产品。长期以来，一直拥有稳定的消费市场。曾获得国家最高科技进步奖。就是这么一家顶着无数光环的老牌企业，因为诚信缺失而导致企业走向灭亡。由此事件我们看到企业的诚信对企业的生存和发展是多么重要，诸多类似的现实案例已经彰显出“诚信”对企业的力量和意义。

作为一个公民如果失去了诚信，就是失去立人之本。孔子说过：“人而无信，不知其可也”，“人无忠信，不可立于世”。其意都是说，一个人不讲诚信，就不能立身处世。诚信，在竞争日益激烈的当今社会成为人更好地立足社会的重要砝码，显示了人的最基本的道德水准。诚信，不论对于选择职业还是生存，都起着重要的作用。在德国，一个中国大学生毕业了，找工作屡屡受挫，他就在一个企业发脾气，要起诉对方种族歧视，对方的人力资源部的工作人员很细心的和他谈了谈。说明不能录用他是因为这位大学生有三次在地铁站

的逃票纪录。中国留学生以前还觉得奇怪，地铁栏杆这么低，一迈腿就过去了，外国人真傻，还买票。其实，外国的市场是有记忆的，你干了坏事就记下来，将来增大了你的入世成本，找工作找不到了，干什么都不行了。可见，诚信是人的立身处事之本。如果一个人不能诚实守信，那么他也就得不到社会与他人的信任，也无法与其进行交往，他也就失去立身之本。

通过很多事件证明：不讲诚信的公民是没有前途的人，不讲诚信的企业是没有希望的企业，不讲诚信的政府是没有公信的政府，不讲诚信的社会是混乱的社会，我们要重建社会诚信，政府是关键，企业是主体，公民是基础，制度是保障，舆论是导向。只要全社会共同努力，一个诚实守信的社会必将展现在世人面前。

培训对象：全体工作人员

课程收益：

通过系统的讲解和大量的案例说明，让大家学会诚信为人和诚信处世的规则和道理，通过学习让企业的高层领导认识到，企业主要领导者是企业诚信的组织者和领导者，起着极为重要的关键作用，他们的诚信如何，不仅直接影响着本企业的员工，还影响着一个企业的风气。通过学习让广大员工认识到，员工是企业的主体，我们建设诚信企业，树诚信品牌不是一两个人努力就能实现的，这需要企业所有成员的共同努力，从每个人做起，从每件小事做起，只有企业所有员工都言行一致、表里如一，人人执行规章制度、层层遵守公司纪律的诚信文化，只有这样我们才能努力把公司建设成为信用意识强、管理制度严、公共记录好、经营业绩优、品牌美誉度高的诚信企业。

课程内容：

第一单元 建立诚信的重要性和必要性

- 什么是诚信（由百年契约所想到的）
- 诚者，天之道也
- 诚信是立国之本
- 诚信是企业立业的基石
- 诚信是一个人做人做事的根本（人无信而不立）

第二单元 当代中国社会的诚信问题

- 改革开放经历的三个阶段及其对道德的冲击
- 中国企业经营背景分析
- 中国人是如何从食品中完成化学扫盲的
- 中国的明天会走向哪里
- “法治”与“德治”两手抓，两手都要硬

第三单元 我国社会诚信体系建设的要素分析

- 重建社会诚信，政府是关键
- 重建社会诚信，企业是主体
- 重建社会诚信，公民是基础
- 重建社会诚信，制度是保障
- 重建社会诚信，舆论是导向

第四单元 企业诚信战略与实施

- 诚信的商誉会给企业带来什么
- 建立与公共部门的诚信关系
- 建立与客户的诚信关系
- 建立客户信用等级评价体系
- 诚信处理企业内部关系

第五单元 建设以诚信为导向的文化体系

- 传统国学，热在哪里
- 文化导向与核心价值观
- 企业诚信文化的表现形式
- 使员工认同并切实秉持诚信价值观
- 将诚信文化理念贯彻到员工行为中去
- 同仁堂与胡庆余堂崇尚戒欺经营理念是如何落地的

第六单元 诚信企业的品牌价值与形象提升

- 张瑞敏当年砸冰箱砸出了什么
- 企业的有形资产与无形资产
- 诚信企业的品牌价值
- 注重品牌延伸的合理性
- 内提素质、外树形象（新星集团的成功案例）
- 诚信企业的基业长青

— 总结回顾 —