

“互联网+”时代下的企业文化建设

课程大纲

【课程主题】“互联网+”时代下的的企业文化建设

【授课时间】1天（6小时）

【课程背景】

企业文化是推动一个企业发展的强大精神支柱和动力源泉，文化建设对于提高企业组织的发展能力和管理水平，对于增强内部凝聚力、提高技术创新水平和打造核心竞争力等都有着非常重要的意义。当今,随着信息技术的迅猛发展，全球已经进入“互联网+”时代，市场需求、管理理念的变迁以及虚拟技术(VT)与信息技术(IT)的广泛应用和迅速发展,无不要求企业建设工作与时俱进,以匹配的文化和行动作为企业在新时代下依然能够立于不败之地的竞争优势。因此，如何把握“互联网+”时代下企业文化的新特点，并找到推进企业文化建设有效的方法，是当前企业管理者必须深入思考的问题。

【课程大纲】（实际授课会根据时间、具体情况等作相应调整，包括内容前后顺序的调整）

一、 不管时代如何变化，文化管理是始终还是管理的最高境界

1. 一切管理问题，都是文化问题，一切文化问题，都必须通过管理手段解决。
2. 一切文化活动，都必须明确主题，一切文化主题，都必须为企业经营服务。
3. 文化的核心作用：引导与约束，凝聚与激励。
4. 企业文化建设的8个误区：
 - 1) 注重企业文化形式，忽略内涵；
 - 2) 不知从何下手,缺乏可操作性的指导；
 - 3) 东施效颦，把别人的东西拿来就用；
 - 4) 对企业文化理解模糊；
 - 5) 将企业文化等同企业精神或 VI、标语口号；
 - 6) 将传统文化在管理中直接应用；
 - 7) 认为企业文化建设就是纯粹多花钱；
 - 8) 忽视企业文化的创新与个性化。

二、“互联网+”时代的到来，对传统的企业文化意味着什么？

1. “互联网+”时代改变了传统思维：
 - 1) 零距离——消除了距离，不再以产品为中心，或者以企业为中心
 - 2) 自以为非——企业时刻要准备打破旧传统和习惯，必须主动变革
2. 传统文化建设面临的四大困境

- 1) 困境一：体系高大上，创意好，落地难，水土不服
 - 2) 困境二：上面冷，下面热，老板给予的文化不是员工认同的价值观
 - 3) 困境三：放之四海皆准的口号多，与实际业务针对性内容少
 - 4) 困境四：虚实不结合，宣导不到位，员工不知道、不清楚
3. 传统企业文化被挑战的原因主要可归结为以下两点：
- 1) 快——互联网时代，企业发展快，技术更新快，产品换代快，企业需要有较强的适应性和竞争力，文化建设和变革的速度变了，必须跟得上企业发展和变化的脚步。
 - 2) 新——互联网时代，企业队伍中“80后”逐渐占据舞台，更不乏新生代的“90后”，他们构成了企业里的生力军。他们中绝大部分学历层次较高、自主意识较强。追求自由、平等、开放和自我实现的一代人对公司文化管理提出了挑战，在文化体系中必须能反映出这些人的需求要素变化。

三、“互联网+”时代，企业文化的新特征有哪些？

1. 首先，要了解“互联网+”时代的特征是什么——互联网思维的“独孤九剑”
 - 1) 用户思维
 - 2) 简约思维
 - 3) 极致思维
 - 4) 迭代思维
 - 5) 流量思维
 - 6) 社会化思维
 - 7) 大数据思维
 - 8) 平台思维
 - 9) 跨界思维
2. “互联网+”时代企业文化建设的新特征：
 - 1) 企业的内部组织变革——机构网络化成为必然（网络化主要是指企业组织基于各种先进的信息技术而形成的快捷、广泛的联络结构，信息技术的发展和信息系统在企业内部系统中的建立,是企业网络化的基础力量。随着企业组织的网络化,传统企业的企业文化体系将从根本上被颠覆和变革。）
 - 2) 逐渐形成以企业文化为中心的管理机制（网络型组织的有效性取决于它的自我组织和自我协调能力,而这种协同性能力正是来源于组织的文化。）
 - 3) 逐步形成以人为本的企业价值观（网络化组织中，管理的重心从群体转移到以账户、电子信箱或者其他类似形式存在于网络上的个体身上，领导的任务相应地变成了协助每个员工实现个人和组织目标的教练、导师及资源协调人，管理的境界在于创造一种促进员工不断学习的组织氛围，形成组织不断创新的核心能力。因此，员工创造性和个性的发挥也就成了新企业生存和竞争的核心动力，从而形成一种强势的企业文化。在网络时代，具体的规章制度趋于被网络上的信息所取代、决策和权力控制受到一定程度的削弱，在这种情况下，

管理者以分散化管理来保障组织的有机性和灵活性，放松了组织的集中控制，就必须依靠企业文化来维护组织的运作，将员工的个别行为整合到企业目标中去。)

- 4) 网络使原本相对抽象的文化趋于具体化（在信息化时代，每个企业组织都会有自己独特的文化，也必须有一定的文化约束力，通过其文化的不同强度会对组织成员的态度和行为产生不同方向和程度的影响。强劲的企业文化，通过决策层的策划和网络的信息传递，能够使组织成员清楚地知道“此时事情应该怎么办”；企业各项工作的明确的标识、口号，通过频繁的网络沟通和协调，使得企业成员之间分享企业价值观，共创企业价值观；通过网络宣传，使组织成员具有共同的价值观体系，使组织更具特色，在成员心中形成强烈的归属感。)

四、 在“互联网+”时代下，如何玩转企业文化建设？

1. 企业文化物质层面的构建

- 1) 全面规划，合理布局
- 2) 精心策划，准确定位
- 3) 完善载体，包装形象

2. 企业文化制度层面的构建

- 1) 区别对待，有据可依
- 2) 闭环控制，而不是开环
- 3) 文化要与战略相匹配

3. 企业文化精神层面的构建

- 1) 树立客户导向的经营理念
- 2) 员工满意和上下同欲意识的培养非常重要

4. 完成四大进化历程

- 1) 进化一：从复杂化到简单化——越简单越有效，从最根本的入手
- 2) 从企业化到人文化——不是企业做了什么，而是员工感受到了什么，从员工需求入手
- 3) 从领导化到用户化——得用户者的天下，让用户积极参与文化建设
- 4) 从单一化到多样化——多向多通路的传播代替传统的文化建设自上而下的单向传递方式

5. 文化落地，最后还是落点在“人”：以人为本，自下而上才能取得好的效果。

- 1) 企业即人，人既企业——企业提供平台，员工做“创客”
- 2) 网络时代，文化建设的成功推动要满足大家“玩”的心态
- 3) 最大限度挖掘和体现出群体中个人的价值
- 4) 解决成员的主动参与问题（如时下流行的众筹等方式）
- 5) 基于个性化需求的人力资源管理也必然是未来企业管理的一个十分重要的工作方向

【课程寄语】

这个时代，变化太快。这不是文学夸张，也不是心理感受，就是客观现实。变化、兴起、裂变、

淘汰，快得我们几乎来不及感受。今年买的手机，明年就成了古董，今天还是新兴产业，明天就被挤入传统行列。互联网进入生活以来，我们已见了太多的更新淘汰，百年企业巨擘，短短数年便轰然倒下。而这一切，或许只是刚刚开始。未来，全球产业重组将无比剧烈，传统企业会受到前所未有的冲击，新兴企业也不可能靠一招鲜而独领风骚数十年。总之，拥抱互联网、拥抱变革是我们自立于这个时代的必然要求，我们要主动在这种环境和趋势中去把握企业变革和文化变革。