

---

# 《塑造成功的企业文化实战特训》

## 【授课时间】

2天

## 【授课对象】

企业中高层，骨干，精英

## 【课程收获】

提高文化素养，成为一个标准企业人

管理规范化，减少内耗成本

增加人才对企业信赖度

沉淀企业核心文化

减少人才的流失，加大培养的机制

有一套健全的企业规范化流程

有企业内涵的标杆性企业

## 【授课方式】

采用启发互动式教学、课堂演讲、现场练习、经典案例分享、小组讨论、角色扮演等等

## 【课程大纲】

### 第一节：为什么要加强企业文化建设？

1、从国内市场环境看，没有文化力的企业是没有出路的

从产品经济向客户经济时代的转变

差异化的高级阶段是品牌和文化的竞争

不少企业在那里感叹：“我们已经这么大了，为什么还这么脆弱？”

越是大的企业，没有文化力，将活不下去

案例：某公司“一强三优”的战略目标

---

企业文化“四统一”

统一的核心价值观

统一的发展目标

统一的品牌战略

统一的管理标准

全方位提升企业品牌的知名度、认知度和美誉度，增强企业软实力

## **2、从国际性大公司的成长经历看，没有文化力的企业是不可能长寿的**

企业能否长寿，和企业文化有着内在的关系

美国兰德公司花 20 多年时间，跟踪世界 500 家大公司，其中 100 年不衰的企业共同点是：

人的价值高于物的价值

共同价值高于个人价值

社会价值高于利润价值(或用户价值高于生产价值)

工具人，经济人与社会人

## **3、从规模型企业面临的机遇和挑战看，没有文化力的企业是走不远的**

产业整合与资源整合

整合的深处是文化整合力

## **第二节：什么是文化与企业文化？**

### **1、什么是文化**

文化是社会遗产

文化不是先天所有，而是通过后天习得的

文化中的大部分是不自觉的

文化是人们行动的指南

---

文化是动态的

## **2、什么是企业文化**

企业文化的定义

企业文化的重要性

企业文化的四大功能

凝聚功能

规范功能

识别功能

创新功能

## **3、对企业文化的认识误区**

认为企业文化就是思想政治工作

认为企业文化就是文体活动

认为企业文化就是标语口号

认为企业文化就是企业标志

认为老板文化就是企业文化

## **第三节：企业文化的内涵与同心圆构成**

### **1、精神层文化(核心层)**

愿景、使命与核心价值观

企业愿景：企业是如何“留人”的

企业使命：企业是如何“为人”的

企业核心价值观：企业是如何“选人”的

企业战略目标

---

企业道德

企业经营理念

企业管理理念

企业作风

企业形象口号

## **2、制度层文化(深层)**

企业章程

一般制度

特殊制度

组织风俗

员工手册

## **3、行为层文化(浅层)**

## **4、物质层文化(表层)**

企业外貌

产品的特色、式样、外观、包装

技术工艺设备特性

企业纪念物

## **5、企业文化同心圆**

企业的核心层、制度层、行为层、物质层共同形成一个完整的体系

案例：海尔的三层文化

案例：联想的公理与定理

## **第四节：市场经济背景下中国优秀企业文化实践的精髓剖析**

---

## 1、六个方面的内涵特征

“敢”的精神

“严”的制度

“实”的品格

“快”的节奏

“简”的风格

“活”的氛围

## 2、始终贯穿的两个原则

企业以人为本

企业即人

发展为人

发展靠人

员工以本为人

## 第五节：企业文化建设的认知和实施过程

### 1、为什么说企业文化重在建设？

### 2、当前企业文化建设中存在的现象

价值观趋同和文化的巨大差异

文化“虚”与“实”的冲突

理念口号与员工认知的落差

“看起来很美，听起来很甜，做起来很难”的现实

### 3、对企业文化建设的正确认识

文化建设的目的是什么？

---

文化的核心是价值观的确立

从某种意义上来说，企业文化是企业家的文化，是企业管理团队的文化

文化建设并非“平地起”，而是在原有文化的基础上，进行提炼和提升

企业文化是一种实践

企业文化建设是一个复杂的系统工程，是一个长期的持续工程

#### **4、企业文化建设的具体实施过程**

企业文化盘点(识别与诊断)

识别现有文化

诊断存在问题

企业文化设计(提炼与提升)

精神理念提炼(案例：北京昆仑饭店)

规章制度完善(案例：沃尔玛对热情服务的规定)

物质形象设计

企业文化落地(传播与推广)

#### **5、企业文化的传播与推广**

文化的内部传播

领导者身体力行、积极倡导

编制《企业文化手册》

企业文化培训

企业文化网络建设(内刊、网站、歌曲)

企业文化仪式

企业文化故事

文化的外部推广

---

CIS 设计与导入

CIS 与企业文化(MI , BI , VI)

企业导入 CI 的目的和原因

企业文化的推广活动

企业文化的广告宣传

中国企业文化建设的优秀范例(海尔文化，华为基本法)

## 第六节：打造使企业文化深入基层、深入员工、深入人心的落地工程

**1、明确企业使命，体现企业价值，实现企业目标**

**2、做知识型员工，创学习型团队，建学习型企业**

学习型企业的关键

围绕企业目标学习

建立共享和反思的平台

持续改善，学以致用

知识型员工

敏于判断

善于整合

勇于变革

勤于超越

企业内部学习的速度大于外部环境变化的速度

追兵就是标兵

对手就是老师

**3、人人作表率，处处是形象，时时不放松**

---

全员全过程

从我做起

从现在做起

从小事做起

三大载体：实施企业文化建设

精品工程

落地工程

评价工程

#### **4、弘扬企业精神，内强员工素质，外塑职业形象**

得体礼仪形象是企业最好的名片

仪容仪表礼仪

化妆着装礼仪

行为举止礼仪

职场沟通礼仪

商务往来礼仪

课程回顾与总结