

深淘滩、低作堰

以客户为中心的企业文化与实践

【课程背景】

对于很多优秀的企业来说，企业文化就是一家企业的魂；与此同时，对于很多普通的企业来说，企业文化似乎又虚无缥缈：虽然也有张贴在墙上的各种口号，但似乎看不到具体的价值，员工也根本不把墙上的口号放在心上。这就是优秀企业和普通企业的区别。

随着华为公司终端业务的崛起，华为公司开始走入大众视野，企业管理界对华为的研究也越来越多，华为公司的企业文化也被更多人所熟知，以客户为中心已经成为很多企业学习的文化标杆。实际上，早在几年之前，华为公司就已经是通信领域的全球第一。这其中，以客户为中心的文化，在企业发展过程中有哪些价值？华为怎么将这些文化落地到企业的日常管理和员工的具体行为中？本次培训将为您详细阐述其中的秘密。

【课程收益】

- 1、深刻理解企业文化的概念与价值
- 2、解析华为公司以客户为中心的企业文化
- 3、学习企业文化的落地机制与制度保障
- 4、理解人力资源在企业文化建设中的职责
- 5、提高公司的文化建设能力和员工的文化认同感

【授课时长】 7 小时

【授课对象】 董事长、CEO、总裁、副总裁等高管以及人力资源体系管理者

【课程特色】 理论与实践相结合；讲解与研讨相结合；可操作性、可借鉴性强

【课程大纲】

一、什么是企业文化？为什么它很重要？

- 1、什么是企业文化？
 - 企业文化的概念
 - 企业文化的构成
 - 企业文化的四个层面
- 2、企业文化的价值与意义
 - 为什么企业文化很重要？
 - 企业文化的六大价值
 - 华为的企业文化举例
 - 企业文化认识的四个误区

二、华为以客户为中心的企业文化包含哪些内容？

- 1、以客户为中心的四个理由
- 2、谁是你的客户？
 - 不同商业模式的客户定位

- 不同部门岗位的客户分析
- 案例研讨：无人认领的客户

3、以客户为中心有哪些具体体现？

- 以客户的什么为中心？
- 以客户为中心的外部表现
- 不同部门岗位的文化要求

三、怎能建设企业文化？需要哪些制度保障？

1、企业文化的宣传与培训

- 员工入职的企业文化培训
- 企业文化的长效学习机制
- 坚持自我批判的民主生活会

2、以客户为中心的管理要求

- 战略投入的刚性要求
- 绩效管理中的文化体现
- 关键事件中的客户导向

3、以客户为中心的流程体系

- 客户需求导向的研发体系
- 客户需求导向的销售体系
- 坚持内部挖潜的流程变革：

四、人力资源在企业文化建设过程中承担哪些角色？

1、文化建设的参与者

- 参与分析企业文化基因
- 参与发现公司文化需求
- 参与提炼企业文化内容

2、文化培训学习的组织者

- 入职培训中的文化传承
- 日常工作中的文化学习
- 关键事件中的文化传承

3、流程制度的落地执行人

- 文化导向的遵守者
- 绩效管理中的文化守护者
- 组织发展中的文化传递

五、研讨：如何建设自己公司的企业文化及落地机制？