

《如何将企业文化在内部员工中的推广》

课程背景：

我们以：“未来十年影响企业发展的最重要因素是什么？”为题，对二十个行业，近三百家企业总裁进行问卷调查，82%的回答结果是“企业文化”。

西南航空公司的老总说“对手唯一不能模仿的就是我们的文化。”

许许多多的企业老总大呼大喊：“企业文化是核心竞争力！”

企业文化决定整个企业的观念、行为和价值取向，它要指导组织成员的思维与行为，好的企业文化能促进组织良性发展，最终使组织成员和社会均能受益。

企业文化建设既是战略又需要战术，必须建立在企业战略规划和战术运用的基础上，才能产生可度量的竞争优势，尽管这种优势难以在短时间发挥，但它可匹敌其它任何一种战略。

课程授课方法：

独特的授课方式
训练式 感悟式 互动式
情景模拟交锋探讨
经典案例深度解析
专题活动启迪开悟

课程学时：12 学时

课程对象：企业中层管理干部

一．企业文化的本质和内涵

物质层面——企业文化的基础

管理层面——企业文化的关键

精神层面——企业文化的灵魂

二．联通公司企业文化的内涵和核心要素分析

核心价值观：竞争实现超越，创新开拓未来，激情战胜艰险，诚信立足天下。

企业精神：必胜的志气；蓬勃的朝气；开拓的锐气；高昂的士气

三．企业文化须扎根于中国传统文化

传统文化——儒、道、兵、法、纵横、阴阳
和谐理念——人性、人情、人本、孝忠之道与实现自我

四．企业文化建设误区：

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
6. 将传统文化在管理中直接应用
7. 认为企业文化建设要花钱
8. 忽视企业文化的创新与个性化

五．联通公司企业文化建设基本步骤分析

- 1． 领导有强烈的意愿并能持之以恒
- 2． 把文化建设作为发展战略并具体规划
- 3． 企业文化建设须依赖于学习型组织
- 4． 成立专门部门，选择合适的人实施
- 5． 实行监督机制，领导检视责任
- 6． 总结经验和教训，检讨和不断修正完善
- 7． 及时验证总结企业文化建设成果

六．联通公司企业文化建设的方法(为现场模拟训练部分)

把正确的观念变成信念√
把正确的行为变成为习惯√
让所有参与者快乐起来√
互教互学，教学相长√

七．从《孙子兵法》中体验企业文化建设的关键：

主孰有道——领导的能力与价值观
将孰有能——高层管理者的能力
天地孰得——企业环境与行业
法令孰行——企业规章制度健全
兵众孰强——基层人员执行能力
士卒孰练——职员培养与训练
赏法孰明——激励机制，赏罚分明

八．著名企业文化成功建设模式对联通公司文化建设的启示与借鉴

松下企业文化=宗教文化+家庭文化

海尔企业文化=日本的敬业精神+中国儒道文化+美国的管理经验

1. 追求卓越——要干就要争第一
2. 日清日高——明天的目标比今天更高
3. 人才观念——人人是才，赛马不相马
4. 竞争战略——先谋势，后谋利
5. 创造市场——卖信誉而不是卖产品
6. 服务理念——真诚到永远的
7. 扩张方式——大公司体魄，小公司灵魂
8. 领导之道——领导就是借力

九. 母文化和子文化相容

大规模企业，母公司与子公司人员素质和各种条件之间差别很大，企业文化的建立应从实际出发，兼顾各自特点，既要考虑整个企业文化的统一性，又要考虑子各公司的适应性。

公司文化应是一种多样性、结构性、包容性较强的企业文化。子文化在拥有自己特色的企业文化基础上，又对公司表示由衷的认同，从而形成具有统一性的企业文化。在公司文化下应包容子文化，即根据不同的特点强调不同的理念、价值观和采用不同的管理思想、管理制度、管理程序。