
粉丝经济下的狼性执行力

一、课程背景

互联网及互联网+思维对企业经营的冲击、85、90后新生代员工的崛起，客户与员工的粉丝化管理、企业的转型与转行的危机、竞争对手越来越强大，学习与成长速度飞快而自己的企业利润却越来越小……

这些使中国成长型企业再次陷入一种前所未有的焦虑、浮躁与迷茫状态，新时代的机遇与挑战并存，企业家们应该何去何从？如何打造粉丝经济下的狼性执行力？请跟我一起思考以下问题：

1、您觉得执行力是一个老生常谈的话题吗？

当然不是，它在粉丝经济下，被赋予新的内涵与意义。

2、面对85、90后，您还在硬性地要求员工执行吗？

当然不能！使用权威与命令进行管理，已然过时！成为员工追捧与膜拜的“明星”，他们会快乐地执行！粉丝为爱工作，理所当然，没有什么值得不值得！

3、员工真的不想执行吗？

根据对过往十万学员的调查，当然不是！执行力提升的阻碍到底是什么？中国传统文化、互联网+时代的特点、社群1.0-5.0的发展、个人职业认知方面均为您揭示原因所在！

4、到底如何将执行进行到底？用什么样的工具与方法，营造什么样的执行文化氛围确保执行到位？这些问题到底有解吗？

当然有解！课程现场为您精彩呈现！

时代在改变，管理思维也在改变，改变带来新的企业文化与业绩突破！

您，接受改变吗？您，可以不接受，但是竞争对手在接受！

粉丝经济下，赢的未必是产品，而是**人心与大势所趋！**

二、课程收益

通过大量的训练，包括案例分析、现场解答、角色扮演、电影片段、情境模拟、管理游戏、团队竞争等形式，让管理者理解粉丝经济下，必须转变思维模式，塑造明星式的领导风范，让员工自动自发地快乐、积极执行，同时在紧张、热烈、投入的状态中，使学员体验什么是真正的执行，如何做执行，掌握执行的理念，流程和方法。

三、课程大纲

第一讲 新时代执行力特质与商业精神

一、中国企业普遍存在的四大执行问题：动力、协调、效率、持续之痛。

二、什么是执行力及团队执行力？

三、当下，中国企业执行力普遍不高的原因

-
- 1、中国的三种糟粕文化：面子文化、含糊文化、人治文化。
 - 2、粉丝经济对执行力的影响：社群 1.0-5.0 的发展与特点。
 - 3、公司与家的概念与区别
 - 4、对自我职业的定位与区分：我是谁？我应当是谁？

四、商业人格体现的是价值交换，体现的是信托责任与契约精神

- 1、职业来自雇主之托—信托责任
- 2、商业需要价值交换—契约精神
- 3、契约精神的三个要素
- 4、契约精神的两个标准
- 5、契约精神的五大商业转变

第二讲 执行就是要拿到成果—成果的数据化与可视化

一、执行力不强的问题根源—对商业交换价值的定义不清晰

- 1、什么是结果：结果的三要素：有时间、有价值、可考核。
- 2、什么是任务：任务的三事：完成差事、例行公事、应付

了事-不要做“积极废人”。

- 3、任务与结果的假象转换：无结果、假结果、坏结果，都是做任
-

务。

合格结果、超值结果才是我们想要的结果。

二、商业的本质是两种价值交换：公司与市场、员工与公司。

三、结果的层层递进才能真正引爆执行力：经典案例《九段秘书》。

四、做结果的两种思维：结果外包法；底线结果法。

五、做结果的三种方法：重点法、分解法、承诺法。

第三讲 执行的管控力一步步为赢，流程致胜

是什么成就了 GE、保洁这样伟大的商业帝国，是运营模式，是制度执行力，是落实战略的 4R 执行制度。

4R 思想与模式，提供一种有效的管理模式。

R1：凡事必有结果，就是结果定义清楚。

R2：有结果就必须落实到“我”，就是一对一责任

R3：对“我”不相信就必须检查，就是检查与改进。

R4：有检查就必有奖罚，就是即时激励。

R1：结果定义，预算与计划系统。

R2：承诺结果，关键职责。

R3：检查结果，业绩跟踪改进系统。

R4：即时奖罚，业绩考核评估系统。

视频：《天下无贼》等

第四讲 中坚的责任力—承上启下，业绩为王

一、中层领导要点

1、战略执行,是做大气层，将战略折射掉，还是做放大镜，将员工点燃？

2、带领团队,是当司机，还是当乘客？乘客永远不会自动变成司机——是选择跟随，还是选择指引方向。

3、追求业绩,中层经理永远只有一个目标——赚钱！

4、超越期望。永争第一，没有最好，只有更好！

中层执行的方法（两讲三做）

1、讲清结果；

2、讲清后果；

3、做检查：检查确保最后结果的落实到位；

4、做奖罚：只有奖惩分明，才能激励大家更高的工作热情；

5、做机制：用“法制”代替“人治”，建立公平、公正的工作环境。

6、大型互动：领袖的风采（责任的重要性）
