
《用心激励构建激励型领导思维与能力》课程介绍

(1) 背景：

当今时代，员工离职率飙升，在企业平均工作时间仅有 2 年。而关键人才的流失，对企业意味着高昂的经营成本。留住人才，尤其是关键人才，使企业必将面临的重大问题。

俗话说，员工因为企业或老板来到公司，却因为直接主管离开公司。说明，员工的流失大部分跟主管有关。

那么员工喜欢什么样的主管呢？经过调查，大部分的员工喜欢激励性的领导。一边是主管在抱怨事情的难、愁、烦，一边是员工觉得痛苦、委屈、郁闷、压抑。如何解决这对矛盾呢？这就需要我们的主管要重新认识员工，了解现在的员工需要什么？才能知道该怎么管理。

(2) 解决的问题：

为什么团队士气不高，员工积极性提升不起来？为什么凡事都要我亲自过问才放心，团队中的员工办事就是不能让我放心？为什么给员工加了工资，他还是干劲不足？为什么我苦口婆心与员工沟通，却仍然无法激发他的工作热情？我觉得作为管理者我的权力太有限，没有足够的资源给员工提供他想要的激励。

(3) 课程收益：

管理者应是点燃员工内心之灯的人，让员工看到希望，给员工以动力。有效的激励就是达到上述目的最有效的途径之一，更是体现与衡量管理者领导力的关键指标。通过这个课程的学习，帮助管理者明确激励的重要性，了解经典理论，掌握方法，让激励成为重要的管理手段。

目标学员

高、中、基层管理者

1 理解激励的目的与重要性

1.1 什么是激励？

1.2 激励的三个转身

2 经典激励理论及其要点

2.1 下属最期望的激励方式

2.2 员工激励的普遍误区

2.3 激励理论的应用技巧

2.4 案例研讨

3 共同面对的激励问题

3.1 难忘的激励往事分享

3.2 我们大家共同的问题一

-
- 3.2.1 激励还远没有成为主管们的职业习惯
 - 3.2.2 激励无处不在，无处不可做
 - 3.2.3 华为激励实践
 - 3.3 我们大家共同的问题二
 - 3.3.1 认为可供调配的激励资源不多，力不从心
 - 3.3.2 研讨：无“薪”激励有多少？
 - 3.3.3 为什么非物质激励才是真正的发动机
 - 3.3.4 华为非物质激励实践
 - 3.4 我们大家共同的问题三
 - 3.4.1 对挖掘现有手段的效能缺乏信心和热情
 - 3.4.2 激励是持续的关注和投入，不能急功近利

4 有效激励的方法

- 4.1 针对员工的需求进行激励
 - 4.1.1 视频讨论
 - 4.1.2 了解员工需求的方法
- 4.2 不要吝啬你的赞美
 - 4.2.1 人人都需要认可和赞美
 - 4.2.2 认可赞美模型
 - 4.2.3 演练：送人玫瑰，手有余香

课程时长：1天

讲师 杜祥林

1996年加入华为，历任广州代表处副代表，光传输产品部副总监 / 北京分部总经理，国家传输干线组组长、武汉代表处电信系统部主任、副代表，捷克国家总经理，东欧地区部（罗马尼亚）副总裁，销售管理部部长，西欧地区部（英国、德国）副总裁，政府关系部部长，客户关系管理部部长；欧洲地区部（德国）副总裁，人力资源管理部部长。2011年从华为退休后，担任某知名公司董事，总裁。并担任国内数十家企业的高级管理顾问。13年返聘回华为担任高级管理顾问，并任华为大学教授，主要对企业做管理咨询和培训。主要方向是企业管理，领导力提升，市场营销、企业文化的内涵与创建、人力资源管理等方面的授课与咨询。

长期从事管理岗位工作，具备丰富管理经验、业务经验和管理理论功底，在营销管理、客户关系管理、领导力、组织执行力、企业管理与文化建设、人力资源等领域有深刻理解和丰富的授课经验。

主要讲授课程

《管理者角色认知》《高绩效团队建设》《行业客户解决方案营销方法》《华为企业文化》《华为人才战略》《构建激励型的领导思维模式》《绩效管理》《员工管理艺术》等。

授课经历

曾在北京移动、天津联通、四川铁塔、四川移动、重庆电信、新疆移动、新疆电信、新疆联通、新疆铁塔、陕西移动、宁夏移动、河北移动、山东移动、山东电信、内蒙移动、内蒙联通、内蒙电信、吉林联通、吉林移动、上海电信、辽宁移动、沈阳移动、西藏移动、西藏电信、江苏移动、江苏电信、河南移动、河南联通、贵州移动、贵州联通、江西铁塔、江西移动、青海移动、青海绿色能源、杭州中恒电气、华钴友业、中通集团，上海盛

大集团、中国通信建设集团、中国重工、中石化等100多家省市电信运营商、大型央企国企公司授课，授课气场强大、风格直击主题、循循善诱、善于分享自身经验，满意度均在96分以上。

授课经历长达13年，保持着每年110班天的授课记录。