
从打造一流品牌、对外提升产品价值，到对内 与企业文化的融合

(林安)

课程背景：

品牌是企业的生命；产品在客户眼中的价值是企业价值体系管理的根本；企业文化是企业第一竞争力。因此，打造国际一流品牌、提升产品价值、将企业文化融合到品牌打造及产品价值提升中，则成为所有企业关注的重点。

课程收益：

1. 企业收益：提升品牌打造、产品价值提升，及企业文化建设能力
2. 学员收益：在品牌打造及产品价值提升方面建立结构化的思考、提升理念、掌握关键举措；在企业文化建设以及文化融合方面，提升理念、掌握方法。

学员对象：

企业法人代表、各级管理者、与企业经营管理强相关的政府部门。

授课方式：

学员分组（方便讨论交流）；授课（45%）+案例分享（20%）+讨论（35%）

双向交流、引导与启发学员，由学员自己得出关键结论。

授课天数：

2天（每天6小时）。

课程大纲

导引讨论：

结合您的经营管理活动，谈谈您对品牌、产品价值与企业文化的理解。

一、 打造一流品牌

1. 品牌是企业的生命
2. 品牌的核心是诚信，诚信的保证是质量
3. 品牌建设的关键举措
4. 品牌打造不靠吹，要靠干
5. 案例：企业品牌与国家品牌血肉相连

-
6. 案例：华为的品牌打造
 7. 讨论：我们以往打造品牌存在哪些问题？华为的品牌打造有何借鉴之处？

二、 对外提升产品价值

1. 价值与价值体系
2. 客户需要什么就生产经营什么
3. 质量、痛点、需求、价值
4. 产品的价值以对标客户需求为基础
5. 产品设计
6. 产品与解决方案的关系
7. 提升产品价值须注意的关键问题
8. 案例：“抱着产品睡”与“倾听产品的哭泣声”
9. 在老产品上改进优化
10. 不盲目创新
11. 讨论：我们的产品价值提升存在哪些问题？如何改进？

三、 与企业文化的融合；内化、固化、外化

1. 愿景、使命、企业文化、核心价值观的内涵与关系
2. 企业核心价值观的产生
3. 案例：华为的核心价值观
4. 核心价值观对企业的重要意义
5. 讨论：核心价值观如何在您的企业落地？如何让核心价值观成为企业文化？
6. “内化”于心、“固化”于礼、“外化”于行
7. 案例：华为的“内化”、“固化”，与“外化”
8. 讨论：我们以往的内化、固化、外化是如何做的？有何问题？如何改进？
9. 经营管理的主干的逻辑
10. 核心价值观必须渗透到经营管理的 7 大主干
11. 案例：华为如何将核心价值观渗透到经营管理
12. 让文化“看得见”、“听得到”、“摸得着”
13. 讨论：如何理解企业文化是第一竞争力？
14. 干部的引领作用
15. 提升团队执行力

16. 绩效管理的作用

17. 激励的牵引

18. 开放、妥协、灰度

19. 付出不亚于任何人的努力

四、 将打造一流品牌、提升产品价值，与企业文化融合

1. 用文化打造高效团队

2. 奋斗支撑品牌打造与产品价值提升

3. 我们的实际业务如何将品牌打造、产品价值提升及文化建设融合起来，让企业文化真正在品牌打造与产品价值提升中发挥作用？

五、 总结

*****END*****
