
客户导向的、流程化的组织

主讲：林安

课程背景：

无论市场怎么变化，企业的经营管理都是围绕以客户为中心、以市场为导向的，因此，客户导向的流程化的组织运作是经营管理追求的主要目标。

基于前期 15 年的华为组织运作与管理方面的经验教训，结合“以客户为中心”的经营与服务理念，我开发了这门《客户导向的、流程化的组织》研讨，对企业有较好的参考价值。

课程收益：

- 1、 企业收益：组织运作更协同、更高效
- 2、 学员收益：建立流程管理、组织管理基本的、结构化的思考

学员对象：

企业法人代表、各级管理者、人力资源等

授课方式：

学员分组（方便讨论交流）；

授课（40%）+案例（30%）+讨论（30%）。

授课贯穿双向交流、引导与启发。

授课天数：

2 天（每天 6 小时）。

课程大纲

一、以客户为中心

1. 客户的本质
2. 以客户为中心
3. 案例：稻盛和夫的利他、任正非的“以客户为中心”
4. 讨论：谈谈你对以客户为中心的理解，目前的“以客户为中心”有否已落地到运作的各个层面？你觉得应如何落地、践行、传承？

二、“以客户为中心”的落地、践行、传承

-
1. “以客户为中心”从理念到行为的结构逻辑
 2. 案例：让“以客户为中心”听得到、看得见、摸得着
 3. 管理的主干逻辑
 4. 将“以客户为中心”的核心理念逐层落地
 - 1) 落地到战略管理
 - 2) 落地到流程管理
 - 3) 落地到组织管理
 - 4) 落地到人力资源管理
 - 5) 落地到绩效管理
 - 6) 落地到激励体系
 - 7) 落地到干部管理
 - 8) 将核心理念渗透到企业文化中
 - 9) 案例：华为“以客户为中心”的逐层落地
 - 10) 讨论：“以客户为中心”如何在您的企业落地？
 5. “以客户为中心”的践行
 - 1) 做好绩效管理
 - 2) 善用激励
 - 3) 树立标杆
 - 4) 自我批判
 - 5) 践行对干部的要求
 - 6) 案例：华为“以客户为中心”的践行对干部的要求
 - 7) 讨论：根据你的业务，应如何做好“以客户为中心”的践行？
 6. “以客户为中心”的传承
 - 1) 干部对核心理念的认同
 - 2) 与员工共有哲学理念
 - 3) 恪守理念，灰度管理
 - 4) 案例：开放、妥协、灰度
 - 5) 自我批判
 - 6) 讨论：本企业如何做好传承？

三、“以客户为中心”的流程建设

-
1. 战略、流程、组织的关系
 2. 流程是最佳的业务流
 3. 流程建设的基本原则
 4. 流程质量标准
 5. 流程管理的关键点
 6. 案例：华为的流程建设
 7. 讨论：本企业的流程运作状况如何？关键问题及根因何在？如何解决？

四、 客户导向的、流程化组织

1. 组织的特点
2. 组织管理的关键点
3. 梳理核心业务
4. 依据流程建立组织
5. 建立快速响应客户的组织结构
6. 案例：让听得见炮火的人来决策
7. “大象也能灵活高效地起舞”

五、 总结

*****The

END*****

说明：仅为主体框架，请客户参考！