

让优秀员工成为企业形象代言人 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/268/2021_2022__E8_AE_A9_E4_BC_98_E7_A7_80_E5_c67_268681.htm 在人企共赢得时代，企业形象和品牌已成为企业重要的生存法码，而企业形象和品牌的培育在于企业积极建设人本文化。邓正红企业未来生存管理理论认为，未来企业文化=生态文化 人本文化。企业文化的实质是以企业的管理哲学和企业精神为核心，凝聚员工归属感、积极性和创造性的人本管理理论。人本文化要求企业要为员工创造可持续发展的成长环境。企业在追求自身可持续发展的同时，也要兼顾员工的可持续发展。企业的培训应该联系企业文化，着眼于细微之处，融落于生活之中，从做人点滴到做事精要，从理论到实践，全方位多角度的展开，培养员工的归宿感、使命感。而员工的全面成长，也将为企业发展蓄备强大后续动力，推动企业生存发展步入良性循环的轨道。世界上很多知名的大企业都把“员工与企业共同成长”作为自己在竞争中赢得优势的重要手段。美国《时代周刊》曾这样评价IBM：“没有任何企业会这样对世界产业和人类生活方式带来和将要带来如此巨大的影响。”探究IBM成功的原因，关心和积极帮助员工的个人成长，并把员工自身价值的实现与企业的发展有机地结合起来，让员工与企业共同成长，是IBM成功的真正奥秘。企业的成功在很大程度上取决于能否吸引人才并为他们提供良好的职业发展通路。与公司共同成长是员工的最高追求，也是知识经济时代企业发展的必然要求。企业关注自己员工的成长与发展，就是关注企业本身的成长与发展。因为企业发展需要，IBM

要经常招纳新员工，补充新鲜血液。在招聘过程中，IBM最看重的是员工的个人发展潜力，因为IBM认为这关系到员工学习新知识、接受新观念、适应新环境的能力，关系到员工是否能够和公司一起发展。IBM对员工的成长有很大的期望，所以，IBM向员工提供管理和专业两种成长渠道，使员工有多种机会和广阔的空间去发展自己的职业生涯，实现个人的职业理想。同样作为国际知名大公司的微软，终身学习和成长则是其员工任职的首要条件。因为只有如此，才能确保自己在软件行业里的霸主地位。在中国，2005年1月14日，2004年度中国“最具员工成长价值企业”颁奖典礼在深圳举行，其中，海尔、华为、TCL、万科集团、联想集团等十家企业荣获首届“最具员工成长价值企业”称号。这说明员工的成长已经引起中国企业的高度重视。对员工来讲，很多人一直都在不懈地寻找适合自己发展的最佳平台，薪酬已不是他们考虑的唯一因素！为未来做准备、为成功打基础、要自信力、要成就感，发展、成长，已成为他们关注的重点！近半个世纪以来，从大庆油田到中国石化，中国石油石化工业的发展是一部创业创新史，也是一部英雄史，从王进喜到侯祥麟，从一代代石油石化先进人物身上体现出来的企业精神和企业价值观，给石油石化企业注入了活生生的人格，激励着广大石油石化员工无私奉献，团结进取，艰苦创业，开拓创新，为中国石油石化文化的形成积淀了宝贵的精神财富。这种优秀的榜样文化，也是中国石化优秀的文化基因。由汤姆·彼得斯和罗伯特·沃特曼合著的被美国优秀企业奉为圣经的《追求卓越》一书中有这样一段话：“我们所研究的每一家优秀公司都很清楚自己应该代表什么，并严肃对待价

价值观形成的过程……价值体系通常并不是以成文的方式传递的。它们经常通过更加柔性的方式传播，特别是我们曾听过的故事、神话等……为了支持他们的基本信条，优秀公司成了各种故事、传说和神话老练的收集者与讲述者。弗里托讲述服务的故事，强生讲述质量的故事，3M讲述创新的故事”。典型，从哲学意义上看，它代表一般、反映一般，又高于一般。抓典型是一种常用的、有效的工作方法。典型抓好了，就能够起到点亮一盏灯照亮一大片的作用。企业文化的塑造需要典型的作用，企业中有了典型，企业广大职工就有了学习的榜样，就有了奋斗的目标，就有了精神的动力。县委书记的典范焦裕禄说过：“榜样的力量是无穷的。”发挥榜样的作用是建设企业文化的一种重要而有效的方法。把那些最能体现价值观念的个人和集体树为典型，大张旗鼓地进行宣传、表彰，并根据客观形势的发展不断调整激励方法，有利于优秀企业文化的形成和发展。迪尔和肯尼迪在其合著的《企业文化》一书中，把英雄楷模人物作为企业文化五大构成要素之一，认为没有英雄人物的企业文化是不完备的文化，是难以传播和传递的文化。当年铁人王进喜与其他行业的工人英雄一道，登上天安门接受了共和国最高领导人的接见。而在众多的工人英雄中，最为闻名有三个人，即石油工人王进喜、钢铁工人孟泰、清洁工人时传祥。以王铁人为代表的模范人物，他们身上所表现出来的精神是国家精神的脊梁，也是当时面对贫困求发展的必须。因此他们成为工人阶级的一面旗帜。当然这与石油的政治地位以及大庆油田是紧密联系的。“王铁人”精神曾感召着百万石油大军以及全社会投身社会主义建设的热潮。企业模范人物是企业的中坚力量

，是企业的宝贵财富。在具有优秀企业文化的企业中，集中体现企业价值观的是企业的模范人物。他们敬业爱岗，无私奉献，并以自己的模范行为影响和感染周围的人们。在企业模范人物身上集中体现的企业精神、企业宗旨、企业价值取向和职业规范，对员工队伍具有导向、示范和激励作用。企业模范人物可以是企业的领导者，也可以是受职工群众尊敬和爱戴的普通职工，这些模范人物大都是从实践中涌现出来，被职工推选出来的普通人，他们在各自的岗位上做出了突出的成绩和贡献，因此成为企业价值观的人格化典型。企业先进典型的代表性、导向性、示范性，使先进典型可亲、可近、可学。中国石化集团公司从1998年7月重组成立以来，注意挖掘集团内具有代表性的先进事迹、先进人物等，从培养典型、宣传典型、树立典型的角度对先进进行立体的宣传，通过先进事迹发挥典型效应，不断充实企业文化内涵。并以形象生动方式展示、诠释中国石化的文化理念，使企业文化的宣传普及变得具体生动易于员工理解和接受。用模范人物宣传企业文化，使抽象的企业文化理念深入人心，转化为员工的实际行动。以侯祥麟为代表的各类先进典型代表中国石化企业精神和价值观，使中国石化企业价值观人格化，是中国石化企业价值观的直接体现着，成为员工学习的榜样。通过对模范人物宣传、表彰、示范，在员工中产生示范效应和巨大的激励作用，使理念具体化。让全体员工看到了中国石化倡导什么、崇尚什么、追求什么，形成学习先进、积极向上的良好氛围。2007年6月29日，胜利油田井下作业三公司发行了一套首日封和明信片。明信片和首日封上的图案，是刘显华等10人的肖像。刘显华等10名来自作业三公司的基层员

工，被聘请为作业三公司形象代言人。“刘显华是作业三公司一名普通司机。他用车印替代足迹，跨越35个春秋，辗转21个省份，行驶170万公里，却从来没有偏离轨道时刻彰显一名共产党员的风采！”这是作业三公司形象代言人评委会给他的评语。十位企业形象代言人，是完全由职工群众从身边发现、挖掘，历时3个月从4184名职工中经反复筛选确定的富有代表性的人物。这十大形象人物，既有自学成才的首席技师王效雷，也有精细管理的基（本文来自博锐邓正红专栏）层干部，既有劳动模范，也有21年如一日坚守岗位的老职工，既有父子两代石油兵，也有潜心研究侧钻技术的中国石化技术能手，既有义务赡养孤寡老人10年的爱心员工，也有巾帼女工。“修井先修身，作业先做人”，公司一位负责人说，十位企业形象代言人代表了公司10种形象元素责任、求索（本文来自博锐邓正红专栏）、精细、创造、严谨、博爱、自强、奉献、敬业、奋进。他们在不同的岗位上做出了非凡的业绩，他们是公司精神的创造者，也是公司形象的最佳载体。建设企业人本文化，可以根据企业的发展实际，制定长期的发展愿景和战略规划，使企业与员工有一个共同的奋斗目标，树立“企荣我荣，企兴我兴”的主人翁意识，增强员工对企业的归属感和责任感，激发了他们努力工作，为企业的发展壮大做出贡献。同时要正确地分析面临的形势和任务，引（本文来自博锐邓正红专栏）导员工增强危机意识、风险意识、竞争意识、市场意识和团队意识，激发员工积极进取，奋力拼搏。用文化约束自己的言行，用优异成绩维护团队形象，实现公司的良性管理。提升管理的科学性，推动企业可持续发展。企业文化是企业的灵魂所在，是企业最重

要的无形资源，它与学习型企业的创建是相辅相成、一脉相承的。为员工创造可持续发展的成长环境，关键在于建设学习型企业。学习型企业源于学习型组织理论，是由美国麻省理工学院教授彼得·圣吉经十年对4000家企业跟踪研究后提出来的，是企业管理理念和（本文来自博锐邓正红专栏）模式的创新。它是以人的全面发展为中心，以不断增强企业竞争力为目的，通过确立团队学习、自我超越的理念，建立完善的学习教育体系，营造勃勃向上和充满生机活力的环境氛围，帮助企业实现具有人力资源挖掘和再造功能的可持续发展。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com