

浅议企业执行力

一个优秀的企业，必定是从上到下都有极强的执行力，能够做到上呼下应、令行禁止。企业的领导和全体员工，始终保持目标一致，步调一致，上情下达，下情上传，畅通无阻。在这样的氛围中，每一位员工的智慧和积极性都能得到充分的发挥。一个有强大执行力的企业，才能打造成一流的企业，企业的生命之树才能保持常绿。

华宏集团成立10多年来，由于有好的领导和好的决策，下属企业有较好的执行力，才得以有不断跨越发展的成果。今天，当我们站在新平台上谋划新发展的时候，更应把提高企业的执行力摆上重要的战略位置。唯有这样，企业才能沿着自己的发展轨迹，走上更高的台阶。

企业的执行力一般由三个要素组成。即优秀的企业领导人、良好的企业流程与文化、以及有良好的素质的员工队伍。这三种要素必须融为一体，不能有所缺失。

优秀的企业领导人在企业的执行力中处于统帅地位。一个企业如果没有好的统帅，就不能产生好的决策，也不能带好队伍。如果将企业比作商海上的航船，那么优秀的企业领导人就是好的舵手，没有舵手的航船就会迷失前进的方向。而优秀的企业领导人则表现在他的远见卓识和宽广的胸怀上。海纳百川，从善如流，目光深邃，决策果断，这些都是优秀企业领导人的主要特征，也是执行力的前提。其次，为保证决策的有力实施，企业领导必须是率先垂范者，并以此来影响下属。俗话说：“打铁先要榔头硬”，“榜样的力量是无穷的”，就是这个道理。从某种意义上讲，领导层的执行力代表着企业的凝聚力和执行力。因此，企业领导要求下属做到的事情一定要自己先做到，并以雷厉风行的作风落到实处，才能使企业的执行力收到名至实归的效果。

执行力还表现在良好的企业流程与文化方面。企业的工作流程、生产流程、管理流程是否规范合理，对执行力的好坏也会产生直接影响。企业的事情纷繁复杂，在实施过程中还存在着许多不确定因素。这就要求决策层在制定

决策前要注意调查研究，充分听取民意，在集中的原则指导下开展科学决策和民主决策，合理设置流程，以减少各种资源的浪费，以工作流程的优化，来实现执行力的提高，使各项工作取得最佳效果。同时，企业文化也是执行力好坏的一杆标尺。强大有为的企业文化，是员工的精神支柱，它能使员工产生归属感和荣誉感，是员工实现自身价值的不懈动力。10多年来，“拼搏、求实、创新、敬业”的华宏精神，已成为华宏集团企业文化的灵魂。我们要通过对企业精神的弘扬和提升，使企业文化产生更强大的力量，使广大员工的智慧和创造性不断地迸发和涌流。这样，企业的执行力就能达到至高的境界。

优秀的企业必须是团队的优秀——一群人的优秀。团队的优秀是企业执行力的基石。只有领导骨干的积极性而无广大员工的积极性相匹配，就会变成少数人的空忙。企业领导者谋划发展，不能单兵作战，领导的理想和目标有很大一部分要靠下属的脑袋和手来完成。因此，提高企业的执行力，必须夯实员工这块基石。不停顿地对员工进行教育与培训，以灵活的机制调动他们的积极性，让员工的脑袋和手主动干活办事，而不是让他们经常处于被动的地位。要做到这一点，就需要我们认真地对员工开展人性化管理，努力为员工提供成长和发展的空间，为他们谋取更多的福利，让他们真心感受到企业是他们的大家庭。

有人曾这样指出，真正想成大事的企业家，应当学会仰视你的下属。当你真正谦卑地仰视他们时，你将会发现这些平凡的人开始做出不平凡的事情。

总之，提高企业的执行力也是一项系统工程，需要上下互动和联动。我们要不断拓宽视野，学习和借鉴国内外成功的管理经验，来不断完善和创新自己的管理模式。要摒弃以罚代管的惩罚文化，善用激励机制，不要让员工有不安全感和惩罚感，因为这样做容易使员工行为浮躁，目光短视，会阻碍他们的奉献热情，不利于提高企业的执行力。

(集团公司 何祥富)

在市场竞争激烈的今天，一个企业要实现又好又快发展，其中极为重要的一个问题能否将产品市场越做越大。而销售市场的拓展，又很大程度上有赖于营销人才。因此，对一个企业来说，能否拥有一支素质良好、经验丰富、具有全新经营理念的营销队伍，是一个至关重要的问题。

市场营销是以用户需要为出发点，有组织、有计划、有目的地开展的一项经营活动。这项经营活动的内容，除了企业为客户提供满意的产品外，还包括提供以产品为中心的全部服务。这项工作始于企业的产品生产，终于客户的满意。为此，企业应该以市场为导向，把做精产品，做强品牌，完善服务等方面的问题，纳入企业的营销战略，即企业不但要做产品，还要做品牌，更要对产品进行全程跟踪服务，以优质的产品、响亮的品牌和出色的服务去赢得市场的口碑。俗话说，金杯银杯，不如客户口碑，良好的市场口碑是产品、企业知名度和美誉度的基础。只有随着市场认同度的提高，企业产品的市场份额才能随之扩大。

市场营销是一门很深的学问，企业要做好它，必须要重视营销人才队伍建设。对一个企业而言，它的负责人首先应该是一个出色的营销人才。国内有许多成功的企业家，靠营销起家的为数不少。他们一靠坚忍不拔的毅力，二靠先人一步的创新能力和深邃的目光和灵敏的嗅觉洞察市场的变化，不断抓住机遇，提升驾驭市场的能力，从而使事业不断走向成功。因此，培养企业的营销人才，不能光看他现在手中有多少市场份额，更应注重培育这些人拓展市场的能力。特别在经济全球化的形势下，衡量一位营销人才的能力，不仅要看他能否推销产品，更要看他推销企业和品牌的能力。

培养企业营销人才，关键是培养他们的创新力。这种创新力，如果用通俗的话来说，就是要能独辟蹊径。国外曾有一个专门从事推销手套的人，他在推销产品的过程中发现这样一个细节，原来人的左右手大小有别，于是他大胆地向生产部门建议，调整左右手的尺码，通过重新设计后的手套戴在手上就更有舒适感。就凭这一点，此人后来成为闻名全球的手套营销英才。这个故事给我们的启迪是无论推销何种产品，不能循常规道路，要有独到的创新意识和创新能力。

当前，是我们集团公司在新的平台上谋划新发展的关键时刻，不少企业都有一种营销人才匮乏感，内贸如此，外贸更是如此。因此，我们要加快做好营销队伍的建设工作，尤其要重视领军型营销人才的招、培、聘、选工作，以队伍扩张和素质的提升来突破营销人才紧缺的瓶颈，营造拓展市场的攻势和强势，凸现企业的竞争能力，不断实现企业的跨越式发展。

(合成革 朱照亮)

谈谈营销人才的培养

企业的品牌战略

品牌是一种产品或一个企业区别于其他产品和企业的标志，对企业而言，它代表了一种潜在的竞争力与获利能力。对消费者而言，它是质量与信誉的保证，减少了消费者的购买成本与风险。

品牌有利于产品参与市场竞争，有利于提高产品质量和企业形象，有利于保护消费者的利益。由此，我们可以看出品牌对企业经营成功有着十分积极的作用。

那么企业应该如何实施品牌战略呢？我想应该从以下几方面着手：

一是经营者深刻理解品牌的内涵，树立正确的品牌意识。

品牌是以产品为物质基础，没有高品质的产品就没有高品质的品牌。然而，有了高品质的产品，并不一定能塑造出强势的品牌，这依赖于企业怎样去做好品牌。有些企业就是犯了这样的错误，以为树立品牌就是提高知名度，但是忽略了产品质量，结果昙花一现，被市场所淘汰。所以企业在宣传品牌时更要注重产品质量。另外，品牌是消费者在有需求时对产品产生的直观感觉和联想的总和，这就要看品牌的定位是否符合消费者的需求。企业在理解品牌并认识到品牌的重要性后，在以市场需求为依托的基础上，权衡自身的能力与资源，选

择适合自己的市场积极推广品牌。

二是品牌的构筑是一个长期的过程，企业应注重品牌的长期发展。

据大众传播心理学，消费者对任何产品都有一种潜在的抗拒心理，消除这种抗拒心理最有效的方法是让消费者自愿了解产品。如果产品具有特定的文化内涵或理念，那么这种产品更易被消费者所接受，而这种文化或理念对消费者的影响是潜移默化的，是一个长期的过程。另外，有些企业在发展迅猛时，产生麻痹心理，往往忽略对品牌的长期维护。走品牌之路，是一个漫长而艰辛的过程，企业应该时刻保持清醒，脚踏实地，一步一步走稳。

三是企业要动态地调整品牌战略。

市场在不断发展，竞争对手也时刻窥视着企业，他们意欲模仿超越企业。故企业要根据经济环境和竞争对手的状况，对自身的发展战略进行调整，不断创新，开发符合消费需求的核心产品，以保持企业的竞争优势和品牌形象，使企业在市场上获得持久的生命力。

四是寻求法律保护，以免被竞争对手模仿。

现在许多不法经营者，模仿强势品牌的名称、标志或包装，误导消费者，从而对原品牌造成负面影响。企业在开发、推广、维护过程中都因寻求政府和法律的保护，遏制不法行为，为品牌营造一个良好的发展环境。

(外经科 杨益)

安全管理重在治本

在一季度工作总结会上，集团公司董事长胡士勇强调，必须把安全作为企业的“一把手工程”，建立长效的安全工作机制，完善制度和管理网络，认真落实“以人为本，预防为主”的工作方针。董事长这一席话，一针见血地指出了当前安全工作中存在的问题，为企业今后进一步做好这项工作指明了方向。

安全工作的核心是全力保护员工在工作中的健康和生命，使员工的人身免受伤害。同时，安全工作要维护好企业财产的安全，使企业的财产不受损失。当前，国家致力构建和谐社会，如果企业的安全工作搞不好，不时出现大小事故，那么，和谐之声中就会出现不协调的音符，给家庭和社会带来负面影响。因此，对企业而言，要充分承担起对社会的责任，必须从实现企业的长效安全开始。从这一点上看，切实抓好安全工作，不仅是社会实现和谐的需要，也是企业实现安全发展的需要，更是企业全体员工共同的责任。

实现企业的长效安全，治标是不能解决问题的，必须重在治本。

一是思想要扎根。抓好企业的安全工作，最重要的是企业领导、管理者和员工对这项工作的重要性要有深

刻的认识。安全工作是人命关天的大事，其责任重如泰山。对于这项不可缺少的工作，来不得半点疏忽和马虎。只有思想高度重视，才会有行动上的重视，两者是相辅相成的。

二是措施要落实。以人为本抓安全，不是一句口号，必须化为扎实的行动。制度建设、管理网络、教育培训、器材设施、监督职能，都必须落实到位。如果制度上墙，落实走样，安全保障就会大打折扣，企业的本质安全只能是纸上谈兵。

三是工作要创新。安全管理如同其他工作一样，不能墨守陈规，也要有所创新。随着社会的进步和改革的深化，企业安全工作的内外环境发生了新的变化，这就要求我们必须转换理念，面对新形势的挑战。因而，企业应该结合自身行业特点，适时对安全工作的任务重新作出判断和决策，探索新的工作路子。如通过深化道路交通安全教育和在签订用工合同时表明上下班路线图来控制防范交通安全事故，通过泛现场安全教育来分析事故成因和加强警示等等，都是一种创新的举措。

总之，只要我们注重从源头遏制事故，不停地夯实安全工作的基础，切实改变头痛医头，脚痛医脚的做法，安全工作才能真正由治标转向治本，才能最大限度地降低事故的发生，从而实现企业的安全发展。

(集团公司 综合管理科)