

转型领导能力

产品名称	转型领导能力
公司名称	广州坤与尚企业管理咨询有限公司
价格	3000.00/天
规格参数	
公司地址	广州市番禺区钟村街致业科技中心
联系电话	020-84649816 18929597529

产品详情

企业成功转型升级

| 转型领导力

主题：转型领导力

时间：预计3月下旬

课时：2天

地点：广州

适合：中小企业主；公司高管

企业要转型，必须让lingdao者先转型。

lingdao者要成功转型，最关键的是领导力的转型！

企业要适应时代的变化，找到更有利于企业发展的经营模式，使企业在发展中提高效率、取得竞争优势，就需要lingdao者拥有与众不同的领导力，企业才能实现可持续发展。

企业要转型，必须让lingdao者先转型。

lingdao者要成功转型，最关键的是领导力的转型！

企业要适应时代的变化，找到更有利于企业发展的经营模式，使企业在发展中提高效率、取得竞争优势，就需要lingdao者拥有与众不同的领导力，企业才能实现可持续发展。

新质生产力

2月18日是农历新春第一个工作日，广东省委、省政府召开全省高质量发展大会，省委书记黄坤明在大会上讲话——

观大局，中国式现代化徐徐展开，夯实物质技术基础责重如山。

抓机遇，科技浪潮滚滚而来，拥抱新的“科学的春天”时不我待。

行大道，新质生产力欣欣向荣，实现产业科技互促双强前景无限。

新质生产力，新在新的科学技术、新的生产方式、新的产业形态，核心要义是以科技创新驱动生产力向新的质态跃升。近年来，发展分化、优胜劣汰愈发明显，缺乏技术含量的过剩生产力、重复生产力、低效生产力被市场出清，代表技术进步的数字生产力、智能生产力、绿色生产力迅速壮大。广东发展新质生产力势头良好。

深耕传统行业具有一定经营基础的企业，在转型或升级的选择上，取决于lingdao者的眼光和智慧，但是转型是否成功，就要看lingdao者的领导力了。

我们以基础的五金加工行业为例，这个行业不转型或升级，就会沦为低效、重复和过剩的生产力，行业已经在自动化、信息化升级上卓有成效。转型升级就需要投入资金，投入人力资源，投入管理改进的精力，这些投入，每一项都不可能单纯靠花钱能够而达成目标，需要人、财、物等资源和流程、制度、管理等因素的综合运用，在实现转型升级的过程中，lingdao者需要保持和提升以下两种能力——

- 战略定力—— 决定转型升级项目是坚持到成功为止，还是半途而废
- 领导力—— 决定着转型升级项目的成果大小和质量

2014年，华为成为全球电信设备dianfeng企业。当年华为一家的盈利，就超过了第二名、第三名、第四名的总和。然而当华为誉满全球时，任正非却在公司2015年的市场工作会议上表示：华为还称不上“世界的lingxiu”。

华为的这一次登顶，无疑是公司转型的关键，无常、凶险如影随形，企业需要舵手，但任正非担得起领导重任。

2024年适逢中小企业面临转型升级抉择的关口，下面以华为领导力为例，简述企业转型对lingdao者领导力素质要求。

第一部分

企业成功转型升级

lingdao者的素质要求

1. 志存高远，一切向目标看齐

任正非领导力的核心是什么？他给华为制定了一个清晰的目标——成就客户梦想。

现实中的他的确也是这样做的。这一梦想是他天生的使命，也是华为的使命。

他每时每刻都在想如何为客户创造价值，并通过一个个故事，不断告诉所有员工：华为员工的目标就是完成公司使命——提供通信技术，实现连接。

有了这个目标的驱动，华为在材料和耐用设备研发上积累了丰富的经验，也因此开辟了中东市场。

2. 愿景作驱动，灵活应变

任正非的激情，大部分倾注于把目标化为成果——让华为成长为国际lingxian企业。任正非始终坚定不移地要实现这一愿景，事实证明他的战略规划能力确实高人一等，公司面临任何挑战，他都能适当调整愿景。

3. 善于激发员工斗志

任正非认为，一个勇于艰苦奋斗的困队，需要每个员工斗志昂扬。而任正非正好擅长此道，他的这一人格特质一直被人称道。

任正非很喜欢讲故事，他经常通过看似普通的故事，来传递个人理念、激发员工斗志。

4. 做人谦卑，做事果敢

任正非在领导华为追求梦想时，也清楚地认识到自己存在的不足，认为自己还有很多需要学习的地方。当人们谈起他的才能和特质时，他总是谦逊地表示：自己并没有很丰富的知识。很显然，他的这种谦卑的心态和基于追求梦想的强大执行力，都是华为成功的必要条件。

5. 指令式管理风格

在中国，管理体制通常都带有浓烈的等级色彩，华为也大致沿袭了这种风格。但任正非有自己的特点，企业不是传统的“控制”。

一方面，任正非常常对大小决策亲力亲为，这或许与他的军旅经历有关。他严肃且意志力强，决策权时刻把握在自己手里，在华为发展之初，他坚持以生存和奋斗作为华为的首要战略，正体现了他坚强的意志力。

另一方面，任正非在执行决策上，给予员工最大的自由。因此，华为高层在作决策的时候，任正非更像“鲶鱼”，总是打破平衡局面，以激发组织的活力。如今的华为形成了“有限民主+适度集权”的决策体制风格，既能避免个人独裁带来的弊端，又能防止过分民主导致的效率低下。

大事上及时做决策，执行上放权授权

很多中小企业lingdao者需要深刻掌握这一理念。我们在企业培训案例中，接触到的一些lingdao者缺乏系统的思考和决策，对目标任务的指令下达不及时、不清晰，导致下属迷茫，不知道下一步做什么。这是这些公司长期得不到突破发展的根源。

6. 合作共赢

华为的另一大特点，就是积极与竞争对手合作。

公司要发展都有两条路：

主动出击—竞争；

被动防守—合作。

在华发展的前20年里，为了生存，为了成为更好的服务商，华为主要采取竞争策略。然而在华为傲视群雄的今天，任正非选择合作，不是为了妥协，而是为了共赢。

7. 学习能力强大

任正非作为一个企业lingxiu，却坚持自我批判、慎思笃行。很多人都赞许他的一句话是：思考能力是最重要的。

任总讲的思考能力，不单指个人能力，还指华为的文化精髓。在任正非眼中，员工的智慧才是华最宝贵的资产。

思考，可以让公司的思维创意连点成线，制定出更灵活的愿景和战略。

任正非坚信，只有具备广阔的视野，才能制定出明智的战略决策。

第二部分

企业成功转型升级

lingdao者必要经营管理能力条件

1. 演说

演说就是当众讲话，是一个lingdao者永远不可避免的场景。

- 上台致辞
- 目标启动会
- 总结发言
- 招商路演

lingdao者都需要将自己的思想观点准确无误地传递给听众，使之受到鼓励，感受到希望，俘虏听众的心。

一些伟大的lingxiu人物，从丘吉尔、马丁路德金等到zhiming企业家马云、俞敏洪等，他们无一不是在舞台上用演说传递领导力、传递梦想、传递价值观的高手。企业家在舞台上毫无激情、毫无重点的表达，会让台下的听众看不到合作的价值；在一次youxiu项目路演的5~7分钟内，语无伦次，重点不突出，硬生生把金矿说成煤矿，最终会导致融资失败；在接受电台采访、参加大型活动的过程中，唐突而紧张的演讲，自然无法抓住机会展示企业的品牌。

企业家舞台演讲要讲清楚以下几项：

第一，我是谁？我的身世，我的追求，我的价值观，我为我的企业代言。

第二，我们是谁？我们团队的优势，我们共同的愿景。

第三，我们的使命。我们满足顾客的哪种需求而存在，我们为社会做出什么样的贡献？

第四，我们的愿景。我要带着我的团队去向哪里？他们跟随我能获得什么？

第五，我们的变革。我们经历了哪些挑战，我们如何克服挫折，取得胜利？

第六，我们和客户之间的故事。为了让客户满意，解决客户的问题，我们付出了什么样的代价？经历了哪些苦难，客户如何获得效率、快乐和产品？

2. 会议

通过会议可以统一思想、传递信息、凝聚人心、布置工作，会开会的领导可以最快速地调整员工的状态。

电视剧《亮剑》中，李云龙和赵刚都是这样的高手，所以能带出一只战斗力很强的团队。

在我们身边，很多lingdao者会犯以下错误：

第一，乱开会。一直觉得各个会议主题系统性不够，团队高层身心疲惫。

第二，一言堂。从始至终一个人讲，消息、信息和沟通都是单向的传递，团队和高管和员工心中的心声得不到反馈，变成强权式教育。

第三，无准备。会上发言，没准备、没顺序乱说，随便说。

第四，无跟踪。会开过就过了，会上讨论的事情，无人追踪，导致会开了很多，落地的很少，有结果的更少。

我们可以参考三星集团的高效会议原则：

第一个原则。周三不开会。对于许李公司而言，开全一触不会考虑整天是不能开会的，而三星集团的则确定了两三不开会，因为这一天，无论是客户的工作状态还是业务都处于最商潮，一定不能打断这个良好的工作状态。

第二个原则，会议时长1小时，最多不超过1.5小时。召开会议时，三星集团会将一个定时器为1小时的沙漏放置在会议室中，严格遵守时间，施加了无形的压力。三星集团这么做也是有充分科学依据的，专家称，一个成年人集中精力的时间不会超过2小时。同时，为了避免闲谈，浪费会议时间，三星集团还采用了

可以提高两倍效率的站立式会议形式，因为据说人的大脑最活跃的时候是在站立的状态下，并且是在确定了结束时间的时候。

第三个原则，将会议内容整理成一张纸。有时，会议结束了，必须实施的内容也就记不清楚了，因此，三星集团规定，会议内容要由专人整理好发给参会者和相关人员；同时，这份记录一定是一张简洁的纸。

同时做到以下两点：

第一，会前有准备。

确定会议目标

确定会议主题

确定参会人员

确定会议时间

确定会议需准备的材料。

参会者会前要提前知悉，以便更好地反馈和汇总信息。

第二，会上有规矩、规则。

提前选定主持人，一个一个地发言。

参会迟到的，打断会议进程的，要进行乐捐。

董事长也要认真执行会议机制，

会后有追，落实好奖惩。

下一轮会议开始的第一件事情就是对上一轮会议的结果进行追踪，会议规划，将会议一分为二，月启动会、周总结会，周或月述职报告等。

同时，会议的主持人、操作人，必须具备以下3种能力：

第一，破冰点任何会议，只有在情绪高、心情好的前提下，才能够达到高效。

第二，切割，可以讲内容、流程、整体任务，分块分段，落实到人。

第三，提炼能力，各种会议都会有不同的反馈，要想避免矛盾，很重要的一个前提就是可以把不同的意见和声音汇总提炼，更接近问题的本质。

3. 自品牌

在互联网时代，lingdao者另一项非常重要的能力，就是自品牌的能力。

互联网和新媒体的出现，让企业家也成为风口浪尖上的人物，曝光率逐步提高，甚至有企业家和企业同时成为品牌的情况，例如，提到乔布斯，大家会想到苹果；提到马云，会想到阿里巴巴；提到雷军，会想到小米手机；柳传志等于联想，俞敏洪等于新东方，董明珠等于格力，史玉柱等于巨人。

所以，企业家品牌的塑造和推广也是一项基本功，有很多企业家本身成了产品，未来，很多创业者也会通过视频将粉丝转化为自己的用户，将自己在用户和听众中的影响力直接变现，而这种商业模式已经日趋被市场客户所接受。

企业家作为一个企业的lingdao者，不可避免地一定会成为这个趋势和潮流的一员。

企业家成为一种品牌，就要时时传递自己的价值观。

有一次雷军接受央视2套采访，拿出自己的七彩虹电池和主持人分享。他从容淡定地告诉主持人，如果我不爱我的产品，怎么能领导我的企业？

今天，市场上出现的马云视频、史玉柱传记、万达教材、松下心法，都是企业家品牌。当企业家已经变成一种产品，并跟其合二为一时，品牌的影响力自然就会提升；而且，传播途径也是多种多样的，还能随时随地传播。

企业家建立自主品牌，需要一些基础准备，就是“两微一视”——微博、微信、视频。

然后，要有自己的材料库，材料库要准备人物介绍，要介绍自己的出身、自己的信仰、自己的价值观、自己曾经的成就、自己曾经身处的险境、自己曾经受到的不公平待遇、包括自己跌倒了又爬起来的故事，要有自己的生活、自己的爱好、朋友的、团队的和客户的等，要体现一个有血有肉的企业家。

同时，企业家也要注意，当自己成为品牌，自己的言行也直接影响自己的公信力，所以zuihao不要在微信朋友圈里骂天骂地、抱怨指责、传递负面信息。

一个企业家的自品牌，同样也需要八个“一”工程：一种价值主张、一组背书、一个舞台、一份讲稿、一个核心层、一组核心爆品、一组顾客见证、一套传播工具。

4. 娱乐

今天的企业，人力主体大多是“80后”、“90后”，包括未来的“00后”，他们天生喜欢参与感，喜欢幽默的、有人情味儿的氛围和领导。新生代员工需要的不仅是一个有事业心的领导，更是一个好玩儿的、有故事的、有意思的领导，是一个可以带着他们玩儿的领导。

很多企业家会反映“80后”、“90后”员工不好管，因为这个群体不是要被管的，而是要被带、要被影响的，他们是一个有创造力的群体、有思想的群体，但需要参与感、有话语权、个性需要被尊重，这就要求我们的企业家要有娱乐精神。

娱乐精神并不是很复杂，在会议之前讲两个幽默段子，会经常组织员工参加运动会和竞技比赛，还会带着自己的团队看球赛、听演唱会，在办公室的门上标上不同的铭牌，例如，盘丝洞。甚至员工外出谈客户的时候，要在公司申请装备，客户级别越高申请的装备越好，这个叫作打怪。

当员工做技术难关，攻克合作研发受挫的时候，领导会带大家出去吃饭放松，称之为补血。每次活动、每次会议都会选出不同的主持人，让员工体会到舞台上的成就感；每次的颁奖嘉宾也都会用不同的员工，而不是领导。

这样的企业，就是有活力的、有娱乐精神的企业，会吸引更多年轻的、有创意的人才留在组织中。

5. 圈子

古语云：物以类聚，人以群分！

不同能量级、不同层级的人会在不同的圈子里。

很多企业家说忙，因为他们奔波于各种酒场、会场、圈子，一些企业家经常炫耀自己的人脉有多好，其实人脉并不一定等于钱脉，你认识多少人不重要，多少人心里有你才重要。

zhuming企业家、蒙牛集团原董事长牛根生，第一次遇到海外资本狙击的时候，曾经得到柳传志等zhumin g企业家的帮忙：5000万元、1亿元、2亿元，这就是圈子的力量。当俞敏洪遇到股市风暴的时候，身边依然站着一群好兄弟慷慨解囊，挺住了他。

这样的圈子、这样的朋友，会让很多人羡慕。

圈子的本质是交换，能够得到的人，注定最初付出得多，同样，不是付出就会有结果，我们自身、我们

的底蕴厚度、我们的内涵，包括素养，也决定了我们影响什么样的人。

企业家不是要混圈子，而是要通过自身素质的提升，去影响和吸引圈子的人成为我们身边zuihao的朋友。在这里，我们建议，企业家要进有学习力的组织，因为有学习力的人，是正念、正思维的。

企业发展到不同级别的时候，我们可以进不同级别的圈子。我们必须承认，投资额度的大小也决定了圈层的质量，所以提升自己的素质和内核，找到更适合我们的圈子是企业家开阔眼界、增长知识、整合资源的好途径和好方法，进入一部分优质的圈子，也是拓展渠道、进行社群营销甚至资本众筹的基础。

企业家，合理地分配时间，用好圈子、进好圈子、搭建好圈子也是领导力的一项重要基本功。