

企业核心价值观最常用的六个维度

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/170183994038817.html>

范文网，为你加油喝彩！

2023年12月6日发(作者：早孕症状都有哪些)

坚
持
到
底

优秀企业的核心价值观有六个最常用的维度。

【核心价值观最常用的维度】

顾客 员工 品质 市场

微软

松下

飞利浦

辉瑞

沃尔玛

杜邦

3M

丰田

飞利浦

辉瑞

沃尔玛

东芝

微软

杜邦

3M

默克

三星

丰田

辉瑞

沃尔玛

诚信道德 社会责任

3M

默克

丰田

辉瑞

东芝

微软 杜邦

丰田 默克

辉瑞 飞利浦

辉瑞

品质、员工、顾客、社会责任、诚信道德、市场是优秀企业核心价值观最常用的维度，这些维度可以归纳为社会规律、客户、员工三个方面。

这就是核心价值观的三大要则：尊崇社会规律、敬畏客户和凝聚员工。

尊崇社会规律：企业家应当懂得：一切发展都要基于规则，没有规律的存在，就会放大自我，或者神化自我。企业只有尊崇社会规律，才能顺应环境求得发展。

敬畏客户：客户是企业的衣食父母。

凝聚员工：员工是企业的发展之源。

什么样的人，是企业家的“亲信”？什么样的管理人员才是你要选择并培养的？答案是：那些尊崇社会规律，敬畏客户、凝聚员工的干部！

核心价值观常见维度

核心价值观三大要则

品质

员工

顾客

社会责任

诚信道德

市场

尊崇社会规律

敬畏客户

凝聚员工

核心价值观——尊崇社会规律之下敬畏客户、凝聚员工

如何确定企业的核心价值观？

核心价值观最基础的要求，就是要在尊崇社会规律之下敬畏客户、凝聚员工，企业可以从这三个方面入手，确定自己的核心价值观。

1、 尊崇规律。尊崇规律是对企业家的要求，要求企业家首先要对规律有所认知，并尊崇规律。

2、 敬畏客户。敬畏客户就是在理念上要懂得客户价值，在行动上要换位思考，假设自己是客户，充分理解和尊重客户的行为与心理特征。

3、 凝聚员工。要凝聚员工首先要认识到员工是社会人，企业只是员工的发展平台；在实际经营中要做到，企业和员工之间建立的是平等的商业交换关系。

如何确定核心价值观？

尊崇规律

企业家对规律的认识

企业家对规律的尊崇

敬畏客户

理念：客户价值

行动：换位思考

凝聚员工

理念：员工是社会人

行动：与员工平等交换

准确描述

选择叙述的维度

简单、开放的描述

一、尊崇社会规律

1、企业家对社会规律的认知

要做到尊崇社会规律，首先要对规律有所认知。企业家要意识到，企业是存在于社会中的以营利为目的经济组织，必然受到社会规律的作用，只能在社会规律之内生存发展，而不能在社会规律之外谋求发展。

对企业而言，社会规律就是天道，

“顺天者昌、逆天者亡”，——顺应社会规律，企业才可能兴盛，违背社会规律，企业必将衰亡。

2、

企业家对社会规律的尊崇

如何尊崇社会规律？

企业家对规律的认知

企业是社会商业性组织，不能在社会规律之外谋求发展。

规律就是天道，顺应规律企业才可能兴盛，违背规律企业必定衰亡。

要顺应规律首先要认知社会整体中的基本规律。

企业家对规律的尊崇

尊崇经济发展规律

尊崇商业规律

尊崇行业规律

尊崇社会生活规律等

3、【优秀企业家尊崇社会规律的范例】

范例一：韦尔奇——注重业绩，惩戒失败，等价交换是基本的商业规律

平均的薪酬制度是前进的阻碍。对于实干家，我们要给予很高的薪酬，而不是觊觎那些希望获得巨大成功但不幸失败的人所取得的微薄利润。

韦尔奇针对通用电气公司传统的人事惯例进行了一些重要的变革。他认为必须彻底修改公司对经理和其他员工的薪酬制度，给予个别贡献者更多的认可，对做出卓越贡献的人员提供更高的薪酬。

他说：“平均的薪酬制度是前进的阻碍。对于实干家，我们要给予很高的薪酬，而不是觊觎那些希望获得巨大成功但不幸失败的人所取得的微薄利润。惩戒失败可以促使人们成功。”

韦尔奇打破了传统的管理人员薪酬制度。其变革深入到中层管理人员，加大了薪酬的区分度。取消高层领导人都享受的10%到15%的奖金，而少数有突出贡献的经理则能够得到30%到40%的奖金，更多的人则得不到奖金。同样，取消常规的4%到5%的工资增长额，而业绩突出的员工的工资则提高10%到15%。业绩一般的人员仅仅给予一般的薪酬。此外，作为奖励，他让广大员工都有机会得到一直以来只有高层领导才有的优先认股权。

范例二：伊梅尔特——我们必须建立并遵循一套全球性的准则

GE在竞争中取得的成功自始至终都以合乎法律和道德为原则。作为一家全球性的公司，我们必须建立并遵循一套全球性的准则。

GE董事长兼首席执行官杰夫·伊梅尔特致员工的信：

随着GE在21世纪的学习和发展，我们公司的三个传统变得更加重要。除了注重业绩和渴求变革，我们必须始终表现出坚定不移的诚信。

这是一个注重诚信的公司，一个强调水准的公司。我们在全世界进行诚实可靠商业行为的声誉是由许许多多的人历经多年建立起来的，并且在我们开展的每一笔商业交易中得到检验和证实。

今天的GE比以往都更具活力、更全球化并且更加以客户为中心。我们正积极进取不断尝试新的事物取得业务的成功——我们优质的产品和服务；与客户、供货商和彼此之间坦诚的关系；和最终在竞争中获胜的记录。但是，GE在竞争中取得的成功自始至终都以合乎法律和道德为原则。作为一家全球性的公司，我们必须建立并遵循一套全球性的准则。

GE社区中的每个人均对遵守我们的道德准则做出承诺。GE在关键诚信问题方面的政策对我们坚持道德承诺起到了指导作用。全体GE雇员不仅必须在文字上遵守这些政策，而且必须遵守其精神。

我和所有GE领导者们都负有培养GE文化的额外责任，在该文化中，遵守GE政策和适用法律是我们业务活动的核心。这就是，而且必须是我们工作的方式。

当今的商业环境中，特别是在对公司业务仍有怀疑的状况下，存在较高的风险。所以我们更应该满足并超越人们的要求和期望。

对于我们的后继者，我们必须保持并加强100多年来GE赖以成功的基础——GE对诚信的承诺。

此致

杰夫·伊梅尔特 董事会主席兼首席执行官 二、敬畏客户

1、客户价值理念

要做到敬畏客户，首先要树立客户价值理念。企业要意识到，客户是企业的衣食父母，只有为客户提供价值的企业，才可能常青、长存；要思考企业能够为客户提供什么样的价值。

2、换位思考

为了做到真正敬畏客户、为客户提供价值，企业要进行换位思考，将自己放在客户的位置上，思考“如果我是客户，我需要什么”，以及怎样的技巧或特殊能力能够满足需求。

如何敬畏客户？

理念上：客户价值

行动上：换位思考

客户即上帝，只有能为客户提供价值企业才能长存。

如果我是客户，我需要什么？

企业能够为客户提供什么样的价值？

怎样的技巧或特殊能力能够满足需求？

3、【优秀企业敬畏客户的范例】

范例一：福特——消费者是工作的中心，尽力了解人们内心的需要

从一个人、一间小修理厂和一辆四轮车，发展成为国际汽车巨头，福特已跨越百

福特汽车公司是世界最大的汽车企业之一。1908年福特汽车公司生产出世界上第一辆属于普通百姓的汽车-T型车，世界汽车工业革命就此开始。1913年，福特汽车公司又开发出了世界上第一条流水线，这一创举使T型车一共达到了1,500万辆，缔造了一个至今仍未被打破的世界记录。

亨利·福特先生为此被尊为“将世界装上轮子”的人，在1999年，《财富》杂志将他评为“二十一世纪商业巨人”，以表彰他和福特汽车公司对人类工业发展所作出的杰出贡献。

福特先生创立福特的企业理念是：消费者是我们工作的中心。我们在工作中必须时刻想着我们的消费者，提供比竞争对手更好的产品和服务。

这种理念也构成了福特的核心价值观：尽力了解人们内心的需求，用最好的材料，由最好的员工，为大众制造人人都买得起的好车。

针对不同消费者对车的需要：

亨利福特汽车公司旗下拥有的汽车品牌有福特(Ford)、林肯(Lincoln)、水星(Mercury)、阿斯顿·马丁(Aston Martin)、捷豹(Jaguar)、马自达(Mazda)、沃尔沃(Volvo)和路虎(Land Rover)。

针对消费者购车信贷需要：

福特拥有世界最大的汽车信贷企业-福特信贷(Ford Financial)。

针对消费者的汽车租赁和维修需要：

福特拥有全球最大的汽车租赁公司-赫兹(Hertz)及汽车维修公司-Kwik-Fit。

“福特”品牌，根据国际著名品牌咨询公司Interbrand的调查，品牌价值为364亿美元，位居汽车品牌价值榜首，名列全球所有品牌第七。范例二：IBM：如果你是客户，你会怎么想？

IBM真正的文化精髓在于：IBM有着基于人性底蕴之上的科技创造力

1991年-1993年，IBM连续3年亏损超过100亿美元，等待IBM的是分拆。当郭士纳来到IBM，董事长只不过想找一个能够顺利将IBM分拆的CEO。与拥有80年历史的IBM

相比，微软的比尔·盖茨，英特尔的格鲁夫等更像一批“技术偏执狂”。以IBM的技术实力，未必不能与这些狂人一搏，但问题是IBM的内部文化已经由于官僚主义和形式主义而“丧失斗志”了。

郭士纳的伟大之处在于，他懂得要IBM这只大象去追赶那些像兔子一样的技术狂人既不可能（这是大部分IBM的员工看到了的），也不必要（这是大部分

IBM管理层没有看到的），可高技术就等于高价值吗？

郭士纳提出：如果IBM对客户说，我提供的不完全是技术，而且还有服务 IBM

愿意帮助用户用这种设备去创造更高的商业价值，那么，如果你是客户，你会怎么想？

IBM：应客户需求而变

当 IBM 强调提供的不完全是技术、同时强调服务价值的时候，没有一个客户会怀疑 IBM 的技术能力，因为 IBM 本身就是高技术的化身。同时对比 IBM 而言，要给客户提供针对复杂问题的解决方案，微软、英特尔这类公司就“太嫩”了。

郭士纳所强调的“随需应变”的解决方案，相对于 IBM 过去强调卓越的品质和强大的技术能力而言，是一种基于机会的选择。郭士纳强调“客户第一”是针对 IBM 文化提出的，IBM 需要将眼睛向外，通过强调服务，IBM 在微软、英特尔、思科的 Wintelco 霸权联盟中（“Wintelco”体系把守着信息产业最关键的三个入口：微软占据了操作平台，英特尔掌握着控制速度的中央处理器，而思科则控制着所有计算机相连的道路）成功地找到一个突破口：Wintelco 为客户提供工具来改善效率，而 IBM 提供的是提升客户价值的解决方案！这也正是客户在新形势下最需要的！

华尔街的金融分析师这样评价：“也许郭士纳带来的最大财富之一，就是他意识到了 IBM 多年的经验在给客户提供解决方案中的重要性。”

1、员工是社会人

要做到凝聚员工，企业在理念上要有员工是社会人的概念。员工是社会上的一个个体，他不属于任何一个企业；企业和员工之间的关系，在本质上是一种平等的商业交换关系，员工付出劳动得到回报、企业付出薪金得到员工的工作结果，企业只是员工实现其自我价值的平台。

2、与员工进行平等商业交换

要做到凝聚员工，在行为上，企业要与员工建立平等交换的关系。员工是企业的平等合作伙伴，企业必须尊重合作伙伴、尊重员工；企业的收益要依靠员工产出、企业强大必须基于员工成长，因此企业要采取措施开发员工潜能；为了保证员工能够有效工作、有效产出可与企业进行交换的结果、价值，企业应采取必要措施约束员工；对于优质员工，与优质员工的长期合作能促使企业受益最大化，因此企业还要采取一定措施以凝聚优质员工。

【凝聚员工示意】

如何凝聚员工？

理念上：员工是社会人

员工是社会人，他不属于任何一个企业。

企业和员工的关系本质上是商业关系，企业只是员工实现价值的平台。

行动上：与员工平等商业交换

尊重员工，员工是企业的平等合作伙伴。

开发员工，企业收益依靠员工产出、企业强大基于员工成长。

约束员工，保证员工能够有效产出可交换的价值。

凝聚员工，与优质员工的长期合作能促使企业受益最大化。

【优秀企业凝聚员工的范例】

范例一：沃尔玛——要让员工照顾好顾客，首先要照顾好员工

沃尔玛的核心价值观是：尊重个人、服务顾客、追求卓越。

“如果想让你的员工照顾好顾客，你必须确保首先照顾好店里员工”

在沃尔玛，员工是企业最为宝贵的财富，是千千万万的普通员工在商场里为顾客提供优秀的服务，在生产线上制造高质量的产品，没有全体员工的努力，就不可能有令顾客满意的产品和服务。所以，沃尔玛说：“如果你想让店里的员工照顾好顾客，你必须确保首先照顾好店里的员工。也就是说，用同一尺度对待顾客和员工。否则的话，你怎么能保证我们的员工对待顾客那么好呢？”

沃尔玛是全球最早推行员工持股，或者说是基层的管理者持股的一家公司。通过员工持股计划、损耗奖励计划与利润共享计划，激励员工对顾客的要求做出回应。

沃尔玛对“尊重个人”的解释是：尊重每位同事提出的意见。经理们被看作“公仆领导”，通过培训、表扬及建设性的反馈意见帮助新的同事认识、发掘自己的潜能。使用“开放式”的管理哲学在开放的气氛中鼓励同事多提问题、多关心公司。

范例二：摩托罗拉——尊重不渝，投资员工，把握公司未来

摩托罗拉公司的创始人高尔文有一句名言：对每一个人都要保持不变的尊重。在这一信念的指导下，高尔文从公司创办之初，就在此基础上形成了一整套以尊重人为宗旨的企业制度和工作作风，进而将这一思想渗透到企业文化的各个层面。这个信念有几层含义：

为了使“对人保持不变的尊重”这一公司的信念不断完善和发展，摩托罗拉公司还专门设计了IDE(肯定个人尊严)问

卷，其中包括六个固定的问题

1. 你是否拥有一份确定而有意义的工作？
2. 你是否了解胜任工作的标准并具备成功所需的知识？
3. 你的培训是否已确定并得到了适当的安排，并对你的工作有所帮助？
4. 你是否了解自己的职业前途？
5. 在过去的一个月里，你是否获得有助改善工作成效的反馈？
6. 你的个人情况、性别、文化传统，是否得到正确对待？

在对问卷的回答中，员工可以自由地表达他们对具体岗位工作的意义、胜任程度、培训、职业前途等的看法，也可以表达个人对公司的看法，对个人前途的想法等等。

对人的尊重是摩托罗拉一贯的文化，它是一家非常重视亲情的公司。对于主动辞职的员工，摩托罗拉欢迎他们回来，而且如果在六个月之内返回摩托罗拉，公司还会连续计算其年资和福利。如果要解雇员工，必须首先考虑这个员工能不能调到其他的部门去。员工愿意接受的话，公司就会提供新业务的培训。如果在内部确实没有其他工作机会，摩托罗拉也会首先让员工决定是不是要申请离职。上述办法都考虑过了，但最终还是要解雇，那公司也会有合理的补偿。

世界优秀公司价值观示范：

一、杜邦的核心价值观

安全

环保和健康

职业道德

对人的尊重

二、3M的核心价值观

以卓越的品质、价值和服务满足客户要求。

持续发展，为股东提供可观的回报。

尊重社会和自然环境。

成为员工引以为荣的企业。

三、默克的核心价值观

维护并且改善人类的生活

致力于伦理道德的最高标准

致力于改善人类生活质量的研究

营造高标准团队合作和工作环境

四、三星的核心价值观

对人的尊重

五、松下的核心价值观

顾客第一

企业家精神

自主自立

139 则分类名言

一. 爱国

1. 天下兴亡，匹夫有责。——顾炎武
2. 人生自古谁无死，留取丹心照汗青。——文天祥
3. 先天下之忧而忧，后天下之乐而乐。——范仲淹
4. 风声雨声读书声声声入耳，国事家事天下事事关心。——顾宪成
5. 英雄非无泪，不洒敌人前。男儿七尺躯，愿为祖国捐。——陈辉
6. 我们爱我们的民族，这是我们自信心的源泉。——周恩来
7. 现阶段，爱国主义主要表现为献身于建设和保卫社会主义现代化的事业，献身于促进祖国统一的事业。——江泽民
8. 谁不属于自己的祖国，他就不属于人类。——海涅
9. 失去祖国的人，犹如丧家之犬。——米勒

二. 集体

10. 荷花虽好，也要绿叶扶持。——毛泽东
11. 正如没有和平的家庭，就没有和平的社会。——达尔文
12. 个人如果失去了祖国的庇护，他就等于失去了荫蔽的大树。——歌德
13. 人生得一知己足矣，斯世当以同怀视之。——鲁迅
14. 人心齐，泰山移。——《古今贤文》

三. 人生

15. 人固有一死，或重于泰山，或轻于鸿毛。——司马迁
16. 不戚戚于贫贱，不汲汲于富贵。——陶渊明
17. 谁要游戏人生，他就一事无成，谁要一帆风顺，他就永无进步。——歌德
18. 建筑在别人痛苦上的幸福不是真正的幸福。——阿?巴巴耶娃
19. 人生如同故事。重要的并不在有多长，而是在有多好。——塞涅卡
20. 人生就象弈棋，一步失误，全盘皆输，这是令人悲哀之事；而且人生还不如弈棋，不可能再来一局，也不能悔棋。——弗洛伊德
21. 一失足成千古恨
22. 路是脚踏出来的，历史是人写出来的。人的每一步行动都在书写自己的历史。——吉鸿昌（把握自己走好每一步）
23. 无论你怎样地表示愤怒，都不要做出任何无法挽回的事来。——培根
24. 人生应该如蜡烛一样，从顶燃到底，一直都是光明的。——萧楚女（善始善终）

更多 在线阅览 请访问 https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](http://www.wtabcd.cn/fanwen/)开发