企业文化公开课

主　　题	场次	主讲
企业文化关键行为设计与文化落地	上海 6 月 11-12 日，上海 10 月 24-25 日	孙海蓝
企业新闻采编与自媒体传播大 V 培养	上海 4 月 16-17 日，上海 9 月 11-12 日	孙海蓝

报名方式

请打开网站：www.ewisx.com ，点击任一活动，于活动介绍页面底部提交报名信息；
如有疑问，请联系课程顾问协助报名：ewisx_com。

关注公众号：ewisx

课程顾问：ewisx_com

www.ewisx.com

企业文化关键行为设计与文化落地

上海 6 月 11-12 日
上海 10 月 24-25 日
演讲语言：中文 Language: Chinese
标准价格 Standard Price：3600RMB/person
定价含增值税、活动全程参与（9:00-17:00）、会议资料、午餐、茶歇；不包含晚餐和住宿

课程简介 Briefing

德鲁克说：文化能生吃了战略。说明文化在推动战略的重要性，文化属于顶层设计，有什么样的战略就需要什么样的文化去推动，文化不是一成不变的需要通过战略的改变做升级，不断提炼企业文化，同时又不断渗透宣讲给员工，从而影响人激励人成就人。

海尔资深实战培训和咨询师孙海蓝将通过大量企业的案例，引导大家共创，告诉我们如何进行企业文化关键行为设计，让文化赋能管理痛点，设计文化关键点，打通管理和导向的一条龙服务落地体系，从而更好的认识企业文化赋能日常经营，营造氛围，凝聚目标，激活人心，推动一条心一起拼的文化士气。

课程目标 Benefits

1. 掌握企业文化关键行为如何识别
2. 企业文化关键行为的实施路径方法
3. 掌握企业文化落地的方法和工具

培训对象 Who Should Attend

企业中高层、核心管理者、企业文化工作者，党群系统、HR

课程大纲 Agenda

模块一：文化认知 - 文化价值 - 2 小时
1. 文化互动：所在企业文化存在的问题？
   * 你是如何理解企业文化的？
   * 你所在的企业关键行为为什么落不了地？
2. 标杆企业案例分享
3. 企业文化和战略融合：什么样的战略需要什么样的文化支撑
4. 文化的价值和做文化人的价值如何体现？

模块二：关键行为 - 如何设计 - 4.5 小时
1. 共创：企业文化关键行为设计的痛点和难度？
   * 什么情况下需要关键行为设计？
   * 辅导企业的案例分享
2. 企业文化关键行为设计的模型
3. 企业文化关键行为设计的时机
   * 企业文化在什么情况下需要优化关键行为
   * 关键行为的优化前提 OCBP 应该应该怎么做？
   * 案例：不同 BP 文化的转换和关键行为（以 HRBP、OCBP 为例）

4. 翻转课堂：企业文化转换成关键行为：如何转、转的条件、转的方法？
5. 识别：企业价值观关键行为有哪些？基于什么条件进行关键行为设计？
6. 共创：基于设计模型来设计企业文化关键行为
   * 案例研讨+互动分享
   * 翻转课堂：不同企业发展阶段需要不同的文化关键行为，你做到了哪一级？
   * 众多企业案例分享研讨+共创

模块三：落地通关 - 10 大关键 - 5 小时

翻转课堂：你所在企业文化目前缺什么？感觉落地难？

1. 文化落地通关的五部曲：
 - 建队伍、搭体系、造氛围、建机制、抓落地、提士气
2. 落地通关的 10 大关键
   * 一套推动文化的组织班子
     >>高层重视建立文化组织
     >>对文化组织进行赋能
     >>建立推动文化的基本抓手内媒
     >>中高基在文化管理中的角色
     >>文化推动建立上下同欲机制

案例分享
   * 一本企业文化手册
     >>企业内部的文化教科书
     >>企业文化的经验沉淀萃取
     >>文化手册建立的 4 个有
     >>文化手册建立的基本逻辑

案例分享
   * 一首企业之歌（品牌之歌）
     >>企业内部 2 首企业之歌
     >>品牌和文化
     >>企业之歌如何和文化融合

案例分享
   * 一个内部企业文化节（月）
     >>建立企业内部的文化节（月）
     >>做好文化节的策划和组织业务的融合
     >>企业文化节（月）对文化落地的影响
     >>营造内部文化的巅峰时刻

案例分享
   * 一套文化目视系统打造
     >>文化目视系统打造的要求
     >>文化目视系统涉及的维度和场景
     >>文化目视营造的氛围时刻表单

案例分享
   * 一个文化蒲公英梯队建设
     >>建立文化蒲公英梯队人才建设
     >>建立文化通讯员和文化大使机制
     >>建立文化梯队的 4 张基本表
     >>对蒲公英梯队进行文化赋能
     >>掌握新闻采编写作的基本能力
     >>建立企业内部文化大 V 机制

案例分享
* 一套善于传播的文化故事
>>建立企业内部的文化故事汇
>>对文化故事进行萃取和提炼
>>掌握讲好故事的工具方法
>>让故事为企业文化代言
案例分享
* 一套文化造势的组合拳
>>建立造势的多样传播组合拳
>>学会 6 借管理
>>建立企业内部的文化 IP 形象
>>营造营造分场景氛围宣传造势
案例分享
* 一套高效的团建活动落地
>>做好团建的三大基本导向
>>活动策划的 6 字真经
>>推进团建组织品牌和落地赋能
>>建立一套有效的年度活动方案
>>推进组织活动的感官品牌建设
案例分享
* 一套内部价值观考核体系
- 企业内部应该有的基本文化体系
>>建立企业内部价值观考核体系
>>纳入核心关键岗位价值观考核机制
>>让企业文化价值观考核融入到选育留用裁中
>>每月和绩效挂钩
众多企业案例分享
模块四：课程小结 - 感悟分享 - 0.5 小时
1. 互动感言分享
2. 现场互动解答

课程讲师 About the Speaker

孙海蓝
海尔实战派资深培训师、高级咨询顾问
海尔企业文化、OEC、培训管理、服务管理推广专家
中国百强企业优秀讲师
PTS 国际职业培训师行业协会职业培训师
IPTS 国际职业培训师 30 强金牌培训师
北大、人大、华中理工 MBA、EMBA 企业文化和人力资源主讲老师

海尔管理实战经验年，原海尔企业文化体系主创人员、曾任海尔大学高级讲师。11 年工作经历走过企业文化、人力资源、行政 总监、目标管理等中高级管理岗位。企业内部 5 年讲师经验。借鉴海尔管理经验，创建了中国本土备增企业利润的管理咨询模式，担任国内多家企业管理咨询公司高级培训师、咨询师

企业新闻采编与自媒体传播大 V 培养

上海 4 月 16-17 日
上海 9 月 11-12 日
演讲语言：中文 Language: Chinese
标准价格 Standard Price：3600RMB/person
定价含增值税、活动全程参与（9:00-17:00）、会议资料、午餐、茶歇；不包含晚餐和住宿

课程简介 Briefing

如何让企业战略经营落地，需要通过文化去造势，通过传统媒体和新媒体融合推动企业内部凝心聚力。如何用自媒体去传播企业文化呢？在互联网时代需要用创新思维。"不日新者必日退，明者因时而变，知者随事而制"，做好宣传思想工作，比以往任何时候都更加重要而且需要创新。

具有海尔 11 年资深企业文化实战管理经验的孙海蓝老师，将通过大量实操案例告诉你如何做内刊新闻采编和自媒体管理，包括如何为企业文化服务。

课程目标 Benefits

1. 掌握新闻采编的方法工具
2. 掌握新媒体传播的方法论
3. 如何会起好一个新闻题目
4. 知道好新闻从哪来如何写
5. 企业内部大 V 如何来培养

培训对象 Who Should Attend

中高层管理者、HR、党政办公室、企业文化专员、自媒体运营、管理人员

课程大纲 Agenda

模块一：能力必备 - 自身要硬 - 1.5 小时

1. 自媒体小编对企业文化的理解：7 化、八感、4 有、5 度、4 一
   * 案例分享
2. 自媒体小编自身的三种基本角色
3. 小编应该具备的 6 种互联网思维
4. 做好微信应该具备的基本功
5. 自媒体小编的 2 个核心关键点：身入+心到
6. 自媒体小编的 5 狗精神

模块二：自媒管理 - 产品思维 - 1 小时

* 内刊定位、自媒体定位
* 自媒体传播的特点

* 对内刊的基本管理
  >>推送内容、时间选择
  >>同一管控口径
  >>管理手段，今日头条
  >>掌握各种自媒体管理和排版工具
  >>内刊的策划和每期主题设计
  >>内刊的版面逻辑设计
* 众多企业案例分享
* 自媒体舆情管控管理

模块三：蒲公英管理 - 梯队建设 - 1 小时
1. 需要建立的 4 张表
2. 建立通讯员管理机制
3. 推进通讯员蒲公英计划
   * 众多企业通讯员管理分享
4. 让通讯员知道如何投稿
5. 如何对通讯员进行激励

模块四：造势传播 - 借势营销 - 2.5 小时
1. 传播造势三大核心：创意+情感+时机
2. 推进传播 6 借管理
   * 案例演练+辅导案例分享
   * 如何设计策划企业内部活动
     >>要学习的五狗精神
     >>案例分享：活动设计
   * 活动策划的记得要求：
     >>痛点、引流、刺激、好奇
     >>案例分享：主题活动策划
   * 造势策划要明白的道理
     >>案例分享和演练
   * 做好微信小编的 1223 原则
   * 新闻造势点的设计
   * 如何借助热点？
     >>作业演练 案例分享

模块五：新闻采编 - 实操训练 - 3 小时
1. 关于采编实操手段的训练
   * 关于新闻采访：
     >>新闻采编的注意的问题
系列案例训练、演练、分享
   * 关于新闻写作：
2. 关于题目和内容的提炼
     >>让题目抓人，让文章诱人
     >>题目的提炼：一目知文法
案例分享：一目知文法

* 关于通讯、人物的报道写法（适合微信号）
  >>抓导向，抓立意，讲故事
  >>理解意图更重要
  >>鲜活的语言更生动
  >>文章写法的三个一思想

3. 关于微信号文章写作训练
* 自媒体的写作特点
* 自媒体的文字特点
* 自媒体写作：风格即人
* 自媒体的写作训练
* 实操训练
  >>企业微信号的管理

现场实操训练：写法

4. 如何做舆论引导
* 标题抓人眼球
* 激发读者欲望
* 获得读者信任
* 引导下一步操作

5. 活动推文写作流程
* 挖掘活动亮点
* 设计推文结构
* 内容撰写优化
* 呈现亮点突出

案例分享和演练

6. 关于新闻拍照管理
* 如何构图
* 修图软件
* 案例赏析
* 模板资源网站
* 作业演练点评+ 案例分享

模块六：培养方向 - 选拔培养 - 2.5 小时

1. 新媒体短视频的意义
* 通过短视频宣传企业
* 工作和日常宣传记录
* 持续打造企业名片
  ……

众多企业案例分享

2. 内部大 V 的选拔和培养
* 最好的演员一定是企业内部员工
* 愿意玩自媒体，对自媒体感兴趣
* 内部统一培养和筛选人员团队
* 有想法、有创意、愿意尝试新鲜事物的人

案例分享
* 内部大 V 优先培养的几种人
* 大 V 要明白自己的角色
* 大 V 要有的 4 大基本特征：扬长、对标、垂直、IP

* 企业大 VD 的成功的 5 条法则
* 成为大 V 的必备条件
* 大 V 是怎么养成的？5 大动作、3 大领域
* 建立企业内部大 V 培养机制

3. 内部大 V 的工作方向
* 用户需求、变现能力、自身优势、兴趣爱好、热门渠道
* 短视频没有 IP，别人就记不住你

案例分享：活动主题设计策划
* 核心工作方向：运营、直播、选题、拍摄

案例分享
* 短视频选题的注意事项：主题热度、事件新鲜度、人物热度、是否有意义
* 短视频 6 款爆款选题方向
* 日常选题从哪里来？借鉴模仿、多看评论、增加选择、讲讲段子、数据追踪
* 编剧的能力就是讲故事的能力：故事 5 步法、八道工序、黄金抛物线
* 用导演思维去刻意练习：8 个值得思考的问题

模块七：课程小结 - 课程收获 - 0.5 小时

1. 收获　感悟　行动

课程讲师 About the Speaker

孙海蓝

海尔实战派资深培训师、高级咨询顾问
海尔企业文化、OEC、培训管理、服务管理推广专家
中国百强企业优秀讲师
PTS 国际职业培训师行业协会职业培训师
IPTS 国际职业培训师 30 强金牌培训师
北大、人大、华中理工 MBA、EMBA 企业文化和人力资源主讲老师

海尔管理实战经验年，原海尔企业文化体系主创人员、曾任海尔大学高级讲师。11 年工作经历走过企业文化、人力资源、行政 总监、目标管理等中高级管理岗位。企业内部 5 年讲师经验。借鉴海尔管理经验，创建了中国本土备增企业利润的管理咨询模式，担任国内多家企业管理咨询公司高级培训师、咨询师

报名方式

请打开网站：www.ewisx.com ，点击任一活动，于活动介绍页面底部提交报名信息；
如有疑问，请联系课程顾问协助报名：ewisx_com。

关注公众号：ewisx　　**课程顾问：**ewisx_com