

# 2023年客户细分的重要性 以客户为中心 读后感精彩(模板5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 客户细分的重要性篇一

讨论业务管理，首先要把业务管理为谁的问题搞清楚，这样才能明确业务管理的目的和方向，才能理清业务管理的主线，才能从根本上排除长期困扰企业业务管理的各种干扰因素。而回答业务管理为谁的问题并非像初看上去那么简单，它实际上涉及企业是为谁而存在的这一根本问题。

企业是为谁而存在的？西方的微观经济学和企业理论有两种互相对立的观点。一种认为企业，更确切地说是公司，是为股东(shareholder)价值最大化而存在的。道理很简单，企业是股东投资建立的，投资人追求的是投资回报最大化，如果企业不能为股东带来更高的投资回报率，股东就会要么撤换经理人，要么撤资转投其他企业。这种观点在资本市场发达的美、英等国代表了一种主流的企业理论。另一种观点认为企业是为利益相关者(stakeholder)价值最大化而存在的，利益相关者包括客户、员工、股东、供应商、合作伙伴、社区等与企业利益攸关的社会群体。这种观点的理由也很强壮，没有客户、员工、社区等利益攸关群体的满足，谁来回报股东？哪来的股东利益？后一种观点代表了很多欧洲和日本企业的看法，并受到这些地区和国家相关法律的支持。

华为的观点与上述两种代表性观点有所不同。华为认为：为客户服务是华为存在的唯一理由。为什么要把客户放在第一位？为什么要强调这是唯一理由？本章将对此做出解释。其

内在的道理其实很简单，因为客户满意是一个企业生存的基础，企业不是因为有了满意的股东才得以长期存在，而是因为客户对企业提供的产品和服务感到满意而付钱才得以继续生存。因此，在企业所有干部员工中牢固树立为客户服务的理念，让企业的一切业务和管理都紧紧围绕以客户为中心运转，其重要意义再怎么强调也不过分，其难度再怎么估计也不过高。

本章将从企业的灵魂、企业发展的原动力、队伍建设的宗旨、企业的生存底线和帮助客户商业成功等几个方面，围绕为客户服务是华为存在的唯一理由这一命题展开论述。

## 客户细分的重要性篇二

正如任正非所说：是什么让华为迅速发展？它是一种哲学思维，根植于心灵的脊梁。这是‘以客户为中心，以奋斗者为基础，长期坚持艰苦奋斗中国文化。以下是为大家整理的关于, 欢迎品鉴！

近期，我认真学习了《以奋斗者为本》，作为华为公司人力资源管理纲要，书中从创造价值、评价价值、分配价值，以及干部的责任、要求及选用方面做了详细讲述。作为一个基层管理者，读完这本书后我深有体会。

任正非说：“企业就是要发展一批狼，狼有三大特性，一是敏锐的嗅觉；二是不屈不挠、奋不顾身的进攻精神；三是群体奋斗。企业要扩张，必须有这三个要素。”在基层管理中，管理者需要有敏锐嗅觉，认真学习上级公司文件，正确领会上级公司的政策精神，带领基层团队群体围绕统一的目标不屈不挠、奋不顾身去执行。

华为企业文化的一个特征是，只要有新增长点就不能追求完美，追求完美就不可能有增长点，一定要追求实事求是、可操作性、可运行性。作为基层管理者，我们在本部门中推行

各种政策时，只要方向上与上级公司一致，就可以尝试推行，在推行过程中再慢慢优化，最终取得基层管理水平的提升。切忌追求完美、瞻前顾后、停滞不前，永远停留在设想之中。

首先，我们要建立符合实际的基层员工的考核评价体系

基层员工强调做实，强调做实的价值评价，使得做实的人有适合的待遇和地位。基层员工的考核要将劳动成果放在第一位，劳动技能放在第二位。基层员工加工资，主要看价值贡献，不要把等级过于绝对化。基于价值贡献，小步快跑，多劳多得。以绝对考核为基础来调整工资。这样就是这个评级简单化，而且量化、公开化，基层员工就看到了希望。

其次，我们要培养有“群体奋斗”的精神基层员工

从生活哲学中我们不难发现：越是利己的动机出发，越是达不到利己的目的；相反越是利他的动机出发，反而越使自己活得更好。

华为市场部有个口号：“胜则举杯相庆，败则拼死相救”。作为基层员工能够群体奋斗的良好心理素质，别人过得好，我为他高兴；别人干的不好，我们帮帮他，这就是群体意识。要通过考核激励将群体奋斗的精神制度化的巩固下来。

比如，随着减员增效的大势，基层员工人数减少甚多，经常出现发货高峰期时人员不足的现象。此时当班人员就要发扬“分工不分家”的群体奋斗精神一起完成本班组任务。

通过阅读“以奋斗者为本”，我学习到很多人力资源的管理方法和思想，有很多实实在在好用的方法。我想，通过优化基层考核和管理，“以奋斗者为本”吹响集结号，一定会让基层员工活跃起来，让基层的奋斗者越来越多，让奋斗者们成为一个奋斗的群体。

华为的成长来自于它的核心竞争力，而核心竞争力源自它的核心价值观，即以客户为中心，以奋斗者为本，长期艰苦奋斗。通过学习《以客户为中心》和《以奋斗者为本》，感触很深，主要有以下几点体会：

正如华为总裁任正非先生所言：我们没有商道，我们就是以客户为中心，让客户高兴，把钱给我。为客户提供有效服务，是我们工作的方向和价值评价的标尺，成就客户就是成就我们自己。但在我们公司内部，部分员工思想观念仍未转变，面对客户的要求，仍摆出一副拒人于千里之外的冷面孔，正因这样做，我们付出了惨痛的教训，丢掉了市场和销售量，失去了部分客户。

在华为公司，奋斗体现在为客户创造价值的任何微小活动中，以及在劳动的准备过程中为充实提高自己而做的努力，坚持以奋斗者为本，使奋斗者得到合理的回报。所谓奋斗者：即信念坚定、忠诚敬业、创造价值的人，这样的人是有理想、有信仰的劳动者。

华为的价值分配理念强调以奋斗者为本，导向队伍的奋斗和冲锋。华为的分配理念还承诺决不让雷锋吃苦，奉献者定当得到合理的回报。当员工接受这个假设去奋斗并一再得到验证时，这个假设就转化为一种信念，也就是我们通常所谓的价值观和企业文化。

以奋斗者为本的理念使华为能招募到并且留住一大批优秀的人才，并充分发挥他们的作用。管理中非常基础和重要的薪酬管理，为华为解决了四个基本问题，即报酬什么，指报酬导向，按贡献付酬而不是按辛苦付酬；怎么报酬是指各种报酬形式的定位，只有结构合理、定位清晰才能发挥最大的作用；报酬多少，既考虑外部劳动力市场的报酬水平，又权衡内部应拉开多大的差距，有差距才有动力；支付能力是要在期望和可能之间找到平衡，以保持华为报酬政策的合理、适度、长久的特性。有志者奋斗无悔，唯拼搏成就人生。我们

除了奋斗，别无选择。

江苏石油正在奋进“1133”，向新三年奋斗目标迈进，我们要学习“以奋斗者为本”的华为管理精神，结合公司实际，实事求是，以问题为导向，面对现实，着眼长远，作为安全管理人员，要结合自身工作，围绕全环保数质量主要是担当责任、落实责任问题这个重点，时刻绷紧安全环保数质量这根弦，振奋精神，鼓足勇气，一起加入“奋斗者”的方阵，携手并肩，树立忧患意识、危机意识、责任意识，戒空谈、做实事，干一件、成一件，确保完成全年各项目标任务。

自我批判的目的是不断进步，不断改进，而不是自我否定。只有坚持自我批判，才能倾听、扬弃和持续超越，才能更容易尊重他人和与他人合作，实现客户、公司、团队和个人的共同发展。

孟子早在公元前就提出“生于忧患，死于安乐”，这是两千多年前的哲理，放到现在来讲，一样是适用的原则。现代企业处于一个信息高度发达，市场竞争高度激烈的环境下，市场环境、客户需求、市场需求瞬息万变，唯有充满未雨绸缪的高度危机感，不因骄人的业绩、众多的荣誉而陶醉，没有因当前企业发展的大好形势而停滞不前、沾沾自喜，华为人正是不断追求创新，不断超越自己，成为了最终的赢家。

要想使一个企业持续的生存发展下去，需要每位员工“居安思危，不断进取”。华为在企业发展的时候，对企业面临的，潜在的危机展开广泛的讨论，这也许正是任正非和华为的不同之处。

在反省企业文化，树立了危机感，华为的做法应该是激励动力。管理学中的“木桶理论”告诉我们：一个木桶能装多少水，取决于桶上那块最短的桶板。找到这块最短的板，就找到了突破口。“均衡发展，就是抓短的一块板”。任正非要 求干部要往远处看，不要短视，不要只看到眼前的利益，要

求企业领导层要放弃官本位，真正为员工考虑。把员工的利益放在第一位，我们才能更好地引人、用人、育人、留人。“财散才能才聚”，只有从旧的利益分配中走出来，真正让员工的腰包鼓起来，企业才能越来越富。

企业要大发展，就必须“标新立异”，做出与众不同之处，才能获得成功。“吃老本”、不冒风险才是企业最大的风险，只有不断地创新，才能持续提高企业的核心竞争力，只有提高核心竞争力，才能在技术日新月异、竞争日趋激烈的社会中生存下去。

公司必须正视现实，面对市场，学习先进，不盲从，不冒进，拿来成熟的技术和管理经验，脚踏实地与自身文化融合，敢于挑战自我，否定自我，在激烈的市场竞争中不断发展、壮大。

对待工作，不找任何借口，要时时刻刻、事事处处体现出诚实、负责、敬业的精神。结合到我们平时工作中，我认为要提高领导干部的执行力，必须解决好执行的问题，把执行变为自动自发自觉的行动，在执行过程中要求执行人能严格并灵活把握服从—执行—自主决策—协调—审结—反馈这一基本执行程序，遵循指挥—汇报链的原则，这样执行才能真正按照领导意图，真正称之为有效执行。

我们要认真执行各项规章制度，主管管理要做好跟踪督查，对违规违纪行为进行严格问责，在执行过程中没有任何弹性，让制度成为带电的高压线。在执行制度过程中对有令不行、有禁不止、随意变通等行为，要及时追究直接责任人和相关负责人的责任，鼓励员工对违规事实进行举报，不管涉及到谁，都要一查到底，不设制度的真空地带和盲区，真正形成制度管人，依规办事的良好社风。

为了更好地满足客户需求，我们必须积极进取、勇于开拓，坚持开放与创新。任何先进的技术、产品、解决方案和业务

管理，只有转化为商业成功才能产生价值。我们坚持客户需求导向，并围绕客户需求持续创新。

我们只有内心坦荡诚恳，才能言出必行，信守承诺。诚信是我们最重要的无形资产，坚持以诚信赢得客户。

胜则举杯相庆，败则拼死相救。团队合作不仅是跨文化的群体协作精神，也是打破部门墙、提升流程效率的有力保障。

团队精神有利于提高团队的工作效益。具有团队精神的人，在工作中不仅会做好本分工作，互相关心及相互支持，还会努力发挥自己的创造力，找出更有效的做事方法，提高团队的办事效率。

没有团队精神的人不会尽责做好自己的工作，从而拖团队的后腿，也不会关心其他人，在别人犯错时只会一味地指责，更不会在工作中多付出一点汗水，为提高团队效益出谋划策。一个团队要想出色地完成任务，需要团队精神作为协作的核心。

## 客户细分的重要性篇三

培训内容：

第一章：为客户服务是华为存在的唯一理由；

第二章：华为的价值主张；

第三章：质量是华为的生命；

第四章：深淘滩，低作堰；

第五章：客户满意是衡量一切工作的准绳；

第六章：追求长期有效增长。

从读书的时候，就深深的明白哪里需求，哪里就有市场，而成熟中的中国，前进的速度逐步缓慢，竞争的程度愈发激烈，而处在这种形势的我们，如何在众多对手中脱颖而出，如何在自己的`职场生涯中让自己的事业和公司的未来相结合，唯一的答案就是一切以客户为中心。

公司所有的利润都是来源于客户，公司的生存都是靠满足客户需求，提供客户所需的产品和服务来获取利润。以客户为中心要求我们把服务作为一项指标，只有把服务做好公司才能越做越好。华为以客户为中心的价值主张和以奋斗为本，长期的艰苦奋斗为公司的核心价值观使得华为能够发展的越来越好。公司赖以生存的就是产品质量和服务信誉两个大点，产品质量是公司赖以生存的基本，只有把质量做好了，再把客户服务做好，公司才能走的长远。长期的艰苦奋斗才是公司长期生存繁荣的必要条件。做好自己的时间管理，提前做好计划，提高工作效率。要时常保持学习的态度，每天进步一点点。满足客户需求，提高客户满意度，才能让客户信任公司的产品，使用和购买公司的产品。

## 客户细分的重要性篇四

以客户为中心以奋斗者为本这一经营理念的产生与发展，有其客观的历史背景和必然性，时至今日，这一发展理念仍然指导着我们企业的发展，我们坚信：以客户为中心，以奋斗者为本，长期艰苦奋斗，企业必将越走越远。

“以客户为中心”是“奋斗者”必须遵守的职业态度和作风，体现了企业“客户第一”而非“利益第一”的价值选择和辩证考量。对内“以奋斗者为本”是对简单“以员工为本”的跨越，是企业在价格观和实践层面对“奋斗者”的褒奖，也



是对“奋斗者”职业精神的塑造。

“以客户为中心”要以加强产品推介、搞好技术指导服务、满足客户的各种需求、提供优质的服务来充分体现这一理念。要牢固树立“用户满意的服务才是合格的服务”的思想，用实践帮助客户实现愿望。企业要发展就必须创造价值。创造价值的前提是客户的价值最大化，只有把好的质量、好的服务让给客户，客户满意了，就会抓住客户，公司才能创造价值。要有好的质量、好的服务就必须我们要付出艰辛的劳动。

总之，只要通过努力，从思想到行动，逐步实现从以我为中心向客户为中心，从注重卖方利益向注重买方需求，从把自身利益放在第一位到把客户利益放在第一位的理念转变，就能营造企业与客户互利双赢的良好局面。

对内以“奋斗者为本”，不是一套漂亮的或掩耳盗铃的说辞，而是从制度设计到选人用人、从价值创造到其评价与分配体系等一整套实用、管用的措施与实践。国有企业在为国家和社会创造巨大财富、广受赞誉的同时，也还存在着各种不能为企业带来价值创造、或只有低价创造能力的职业现象，这其实就是对“以奋斗者为本的背离”。

以奋斗者为本，就是要以开放的格局、公平竞争的环境和不拘于陈规陋习的改革精神，让所有的员工在“能者上、平者让、庸者下”这一大环境下公平竞争，就是建立阻止“少数人选少数人”的有效防火墙，为企业的发展注入最大化的催化剂。

其一，要明确职责。以企业发展战略、方向、目标、任务和企业宗旨、愿景、使命为指针，建立一套职责及其考评体系，明确员工个体的发展规划和方向，这些是奋斗者奋力前行的逻辑起点。如果员工没有明晰的责权利和目标，导致打乱仗、乱打仗，就是对企业最大的“亏损”和浪费，更是对员工不负责任的表现。大道至简。

其二，要强化执行力。一打纲领不如一个实际行动。职责再细而不加以落实，或有的落实而有的不落实，或要求别人落实而自己不落实，都会抑制企业发展活力。做得好、做得多，就应该受到奖励；做得差、做得少，就应该受到处罚。在这方面，一些管理严谨的民营企业是学习的榜样。如果奖或罚得不到落实，就会动摇一些奋斗者的信念，助长慵懒散的行为，释放员工的闯劲、干劲和企业的竞争力也就无从谈起。

其三，建立公平公正的竞争环境。幸福都是奋斗出来的。人们之所以愿意奋斗，除信念、本能和利益等因素之外，还因为有公平公正的环境，相信在这种环境中能通过奋斗赢得幸福、得到社会的认可和褒奖。以奋斗者为本，就要把奋斗者作为企业发展的主体力量，对那些埋头拉车的孺子牛、任劳任怨的老黄牛倍加呵护、善待善用，不能因其不善、不愿出风头就认为其无能，就忽视其存在和价值。

其实，在这些“不”的背后，这些品质优秀和人格高尚的奋斗者，才是企业发展的脊梁。要让这些默默无闻的奋斗者不吃亏，企业就要尽力为奋斗者创造必要的条件，搭好前行的通道、砌好施展才能的台阶，做到善待和教育、管理、监督并重，让奋斗者在适合自己的舞台翱翔。

“以客户为中心”一切换位思考，从客户的切身利益出发，“以奋斗者为本”员工的价值应该在实干中得以体现，在为公司创造价值的过程中得以实现。要尽心做事，积极开动脑筋、想方设法去工作，创造性的劳动。两者相结合，企业才会持久可持续发展。

## 客户细分的重要性篇五

近期，我认真学习了《以奋斗者为本》，作为华为公司人力资源管理纲要，书中从创造价值、评价价值、分配价值，以及干部的责任、要求及选用方面做了详细讲述。作为一个基层管理者，读完这本书后我深有体会。

任正非说：“企业就是要发展一批狼，狼有三大特性，一是敏锐的嗅觉；二是不屈不挠、奋不顾身的进攻精神；三是群体奋斗。企业要扩张，必须有这三个要素。”在基层管理中，管理者需要有敏锐嗅觉，认真学习上级公司文件，正确领会上级公司的政策精神，带领基层团队群体围绕统一的目标不屈不挠、奋不顾身去执行。

华为企业文化的一个特征是，只要有新增长点就不能追求完美，追求完美就不可能有增长点，一定要追求实事求是、可操作性、可运行性。作为基层管理者，我们在本部门中推行各种政策时，只要方向上与上级公司一致，就可以尝试推行，在推行过程中再慢慢优化，最终取得基层管理水平的提升。切忌追求完美、瞻前顾后、停滞不前，永远停留在设想之中。

首先，我们要建立符合实际的基层员工的考核评价体系

基层员工强调做实，强调做实的价值评价，使得做实的人有适合的待遇和地位。基层员工的考核要将劳动成果放在第一位，劳动技能放在第二位。基层员工加工资，主要看价值贡献，不要把等级过于绝对化。基于价值贡献，小步快跑，多劳多得。以绝对考核为基础来调整工资。这样就是这个评级简单化，而且量化、公开化，基层员工就看到了希望。

其次，我们要培养有“群体奋斗”的精神基层员工

从生活哲学中我们不难发现：越是从利己的动机出发，越是达不到利己的目的；相反越是从利他的动机出发，反而越使自己活得更好。

华为市场部有个口号：“胜则举杯相庆，败则拼死相救”。作为基层员工能够群体奋斗的良好心理素质，别人过得好，我为他高兴；别人干的不好，我们帮帮他，这就是群体意识。要通过考核激励将群体奋斗的精神制度化的巩固下来。

比如，随着减员增效的大势，基层员工人数减少甚多，经常出现发货高峰期时人员不足的现象。此时当班人员就要发扬“分工不分家”的群体奋斗精神一起完成本班组任务。

通过阅读“以奋斗者为本”，我学习到很多人力资源管理方法和思想，有很多实实在在好用的方法。我想，通过优化基层考核和管理，“以奋斗者为本”吹响集结号，一定会让基层员工活跃起来，让基层的奋斗者越来越多，让奋斗者们成为一个奋斗的群体。