



新浪网强力推荐的优秀员工必备读本

PROFESSIONAL
EMPLOYEE

职业化 员工

职业化—整体快速提升员工素质
职业化—员工自我追求卓越品质
职业化—真正实现个人组织双赢

中国企业急需的全员培训核心教程

唐 渊◎著



中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY&COMMERCE ASSOCIATED PRESS

职业化员工

PROFESSIONAL EMPLOYEE

中国企业急需的全员培训核心教程

唐 渊◎著



中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

策划编辑：曹 荣 肖文键
责任编辑：李建科 胡小英
封面设计：柏拉图

图书在版编目（CIP）数据

职业化员工 / 唐渊著. —北京：中华工商联合出版社，
2008.1

ISBN 978-7-80249-052-9

I. 职… II. 唐… III. 企业-职工-修养 IV. F272.92

中国版本图书馆CIP数据核字（2007）第205201号

468

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街11号

邮编：100027 电话：64153909

网址：www.chgslcbs.cn

北京京晟纪元印刷有限公司印刷

新华书店总经销

700 × 1000 毫米 1/16 印张：10.5 120千字

2008年2月第1版 2008年2月第1次印刷

ISBN 978-7-80249-052-9/F · 003

定价：20.00元

『前言』

职业化员工——企业基业长青的基石

现在越来越多的企业认识到，制约企业发展的最大瓶颈是：缺乏高素质的职业化员工。可以说企业核心竞争力的大小在很大程度上取决于员工职业化程度的高低。就像一场足球比赛，职业运动员与业余运动员同场竞技，其结果不言自明。

有人统计，目前中国企业的效率是美国的1/25，日本的1/26，为何有如此大的差距？主要就是中国企业的员工目前还不够职业化。

有一家生产乐器的中国企业，废品率高于10%。有一次其公司负责人了解到日本同行的废品率仅是1%。于是他去日本企业考察，发现在日本的企业里，员工进行生产的操作台上面物品摆放整齐划一，没有任何私人的物品。桌子上面都画好格子，哪个位置放置什么工具，哪个位置放水杯，而且位置的安排十分符合劳动操作规范和程序。楼梯上也有一条线，员工走楼梯都靠右侧行走，以方便他人紧急通行。日本员工在工作时间几乎没有闲聊的，都是在聚精会神地做自己的本职工作。

而在同行的这家中国企业里，上班时间内员工聊天、吃东西、



干私事，可以说干什么的都有，上个厕所也要花半个多小时。

对此，那位公司负责人不由得感叹道：员工职业化程度的高低的确影响着企业的效率和效益。

其实道理很简单，因为无论什么样的战略最终都需要员工来完成，而员工能否出色地完成工作则取决于其职业化程度的高低。所以说，职业化员工是企业基业长青的基石，是企业制胜的关键。因为制度制定得再完美，如果没有职业化员工去贯彻执行就等于一堆废纸。

令人欣慰的是，在中国很多优秀企业的领导人对员工的职业化问题越来越重视了。

美国某报社记者曾经采访张瑞敏，问他在企业中扮演何种角色。他说两种角色：一是设计师，二是牧师。要不断布道，使员工接受职业化教育，并将其融入自己的工作中。

张瑞敏强调：企业要靠无形资产来盘活有形资产。只有先盘活人，才能盘活资产，而盘活人的关键在于铸造职业化员工，提高员工的职业素养。

有一次，海尔驻广东分公司的一名员工用出租车给潮州的一位客户送当时还十分少见的滚筒洗衣机。然而，在离潮州还有2公里的地方，出租车被检查站扣住了。这名员工只得卸下洗衣机，站在路边拦车，但没有一辆车肯停下来。

最后这名员工背着75公斤的洗衣机走了3个小时，硬是把它送到了客户家中。知道了事情真相的客户，非常感动。

的确，员工职业化程度的高低不仅决定了员工的未来和发展，而且还直接决定了企业发展的潜力和成功的可能。

调查统计显示：一般情况下，一个员工只能发挥自身能力的40%~50%；但如果这名员工能够受到良好的职业化素质教育，那么他就能发挥其能力的80%~90%，从而既提高了工作的效率，也提升他个人的职业竞争力。我们常常听到一些企业的部门经理摇着头感叹：“这个人能力尚可，就是职业素质太差了。”

其实，我们的身边不乏很多高智商、高学历，甚至是高能力的失败者，他们的失败并非能力不足、学识不够，而是在于缺乏职业化素质。同样，我们身边也大有学历不高，却取得职业成功的人，但他们的成功无一例外都是由于具有高度的职业化！

那么，怎样才能将自己打造成职业化员工呢？我认为主要应从以下五个方面来要求自己：

第一，要有职业化的工作态度；

第二，要有职业化的工作道德；

第三，要有职业化的工作技能；

第四，要有职业化的团队意识；

第五，要有职业化的工作形象。

『参考书目』

1. 梁子：《只为成功方法 不为失败找借口》，中华工商联合出版社，2007年1月
2. 顾诚：《商务礼仪大全》，哈尔滨出版社，2005年12月
3. 辛海：《把工作做到位》，中华工商联合出版社，2007年11月
4. 刘丰：《员工综合素质》，时事出版社，2007年1月
5. 梁子：《员工工作准则》，中华工商联合出版社，2007年5月
6. 姚予：《执行力》，中华工商联合出版社，2007年6月
7. 李宏飞：《职业化》，新华出版社，2007年1月
8. 阿尔伯特·哈伯德：《自动自发地工作》，线装书局，2003年7月
9. 杨建刚，何伟：《敬业精神》，中华工商联合出版社，2007年9月
10. 辛海：《团队为赢》，中华工商联合出版社，2007年8月
11. 张晓萨：《新员工手册》，地震出版社，2005年8月
12. 张振学：《有思想地工作》，中国商业出版社，2006年10月

前 言

职业化员工——企业基业长青的基石.....I

第一章 职业化的工作态度

1. 以顾客的眼光看事情..... 3
2. 耐心对待你的客户.....7
3. 把职业当成你的事业.....11
4. 对自己言行负一切责任.....14
5. 用最高职业标准要求自己.....18
6. 一切都应以业绩为导向.....22
7. 为实现自我价值而工作.....26
8. 积极应对工作中的困境.....29

9. 懂得感恩, 接受工作的全部.....	33
-----------------------	----

第二章 职业化的工作道德

1. 以诚信的精神对待职业.....	39
2. 廉洁自律, 秉公办事.....	43
3. 严格遵守职业规范和公司制度.....	46
4. 决不泄露公司机密.....	49
5. 永远忠诚于你的公司.....	52
6. 公司利益高于一切.....	56
7. 全力维护公司品牌.....	59
8. 克服自私心理, 树立节约意识.....	62
9. 培养职业美德, 缔造人格魅力.....	65

第三章 职业化的工作技能

1. 制定清晰的职业目标.....	71
2. 学以致用, 把知识转化为职业能力.....	75

3. 把复杂的工作简单化.....	79
4. 第一次就把事情做对.....	83
5. 加强沟通, 把话说得恰到好处.....	87
6. 重视职业中的每一个细节.....	91
7. 多给客户一些有价值的建议.....	94
8. 善于学习, 适应变化.....	97
9. 突破职业思维, 具备创新精神.....	100

第四章 职业化的团队意识

1. 团队是个人职业成功的前提.....	105
2. 个人因为团队而更加强大.....	108
3. 面对问题要学会借力与合作.....	111
4. 帮助别人就是帮助自己.....	114
5. 懂得分享, 不独占团队成果.....	118
6. 与不同性格的团队成員默契配合.....	122
7. 通过认同力量增强团队意识.....	125
8. 顾全大局, 甘当配角.....	128

第五章 职业化的工作形象

1. 员工形象代表着公司形象.....135
2. 职业化的服饰礼仪.....138
3. 职业化的形体礼仪.....142
4. 职业化的工作礼仪.....146
5. 职业化的宴会礼仪.....151
6. 职业化的电话礼仪.....154

第一章

PROFESSIONAL EMPLOYEE

职业化的工作态度 ☆☆☆☆☆

1. 以顾客的眼光看事情

对企业而言，顾客意味着利润，顾客意味着市场，说顾客是企业的上帝一点都不为过。拥有顾客，企业才能够生存和发展；没有顾客，企业就失去了一切。

面对激烈竞争的市场和越来越挑剔的顾客，作为一名职业化员工，在工作中我们一定要以顾客的眼光去看事情，一定要想一切办法让顾客满意，尽一切努力令顾客开心。因为对现代企业而言，谁赢得了顾客谁就占有了市场。

随着人们生活水平的不断提高，消费理念的不断变化，企业之间在技术、资源等硬件方面较量的结果已不再像以往那样吸引消费者。消费者在购买新产品之前，更加重视企业的服务，在消费之后需要更多的关注和关怀。能够提供个性化、全方位、人性化的服务，已经成为众多企业的核心竞争力。

在沃尔玛公司的《员工手册》上，对员工的服务提出了这样的要求：树立“顾客永远正确”的观念，永远“以顾客的眼光看事情”，决不能抱着“不关我事”的工作态度。

百货业中较为高档的诺士众百货即使在20世纪80年代与90年代初期的经济衰退期，仍能安然通过考验，主要是因为这家百货公司的员工凡事都坚持以顾客的眼光看事情的职业化工作态度。



企业顾问丹尼斯·魏特利曾说：“诺士众百货是世上最让人吃惊的零售店。我太太苏珊已经把诺士众百货当作自己忠实的盟友。她曾有一次在诺士众购买了两双皮鞋，两周后，她拿回去退货，因为有一双鞋不太舒服，结果，诺士众把两双鞋都收回去了，不成问题，绝对照办！顾客永远是上帝，他们是值得尊崇的，理应得到照顾。”

对顾客服务的重视程度高低，是一件生死攸关的事，决不能等闲视之。而站在对方的立场上处理难办的事情，这是每个职业化员工应有的工作态度。

小韩是一家超市的收款员，有一天他与一位女士发生了争执。小韩对这位女士说：“你还没有为购买的商品付款，你不能走！”这位女士非常肯定地说道：“小伙子，我已给了你50块钱。”小韩又说：“我根本没有收到你的钱！”这位女士非常生气，并表示绝对付过钱了。小韩补充道：“我们超市有自动监视器，我们一起去看看录像吧。这样，谁是谁非就很清楚了。”

这位女士跟着他去了。录像表明：这位女士的确将50块钱放到了收款台上，但却被前面的一位顾客顺手牵羊给拿走了。

小韩说：“我们很同情你的遭遇。但是钱交到收款员手上时，我们才承担责任。现在，请你付款吧。”

这位女士非常愤慨：“你们管理有缺陷，却叫我来承担责任，这真是极大的侮辱！我再也不会到你们超市买东西了！”说完，拂袖而去。

超市经理获悉此事后，当即对小韩做出了严厉的处罚。开始小韩觉得很委屈。经理找他谈话：“我知道你不好受。但你必须仔细想想这么几个问题。第一，那位女士做出此举是故意的吗？她是不是个无赖？”

小韩说：“不是。”

经理问道：“第二，她被我们超市人员当作一个无赖，请到保安监视室看录像，是不是让她的自尊心受到了伤害？还有，她内心不快，会不会向她的家人、亲朋诉说。这些人得知此事后，会不会对我们超市产生反感？”

小韩说：“会。”

经理又问：“那位女士会不会再来我们超市买商品？像我们这样的超市在本市有很多，凡是知情者会不会来此购买商品？”

小韩说：“不会。”

“问题就在这里，”经理递给小韩一个计算器，说：“据专家测算，每位顾客的身后大约有250名亲朋好友，而这些人又有同样多的亲友。商家若得罪一名顾客，将会失去几十名、数百名甚至更多的潜在顾客。若善待每一位顾客，则会产生同样大的正效应。假设每人每周购买20元商品，那么，你气走一位顾客，我们一年内会有多大损失呢？”

小韩很快就算出了答案，说：“将失去几万甚至上百万的生意。”

小韩说：“我明白了。可是我还有一个疑问，就是遇到这样的事件，我应当怎样去处理？”

经理说：“很简单，你只要改变一下工作态度和说话的方



式就可以。你可以这样说：‘尊敬的女士，我忘了把您交给我的钱放在哪里了，我们一起去看一下录像好吗？’你把‘过错’揽到自己身上，就不会伤害她的自尊心。在弄清事实真相后，你还应该安慰她、帮助她。要知道，我们是依赖顾客而生存的商家，不是明辨是非的法庭。”

正如曾创造世界汽车销售最高纪录的乔·吉拉德说的一样：得罪一个顾客，顾客的流失率为5%~30%；而稳住一位顾客，可以招来125名顾客。作为一名职业化员工我们应该明白，顾客不仅是利润来源和市场所在，还是一种资源。合理地开发这种资源，能够为企业带来的远远不只是一时的效益，而是长远的发展。因此，现代企业要求全体员工应高度重视每一位顾客，凡事都应以顾客的眼光看事情。

让每一位顾客满意地离开，是企业成功的秘诀，更是每位职业化员工在工作中应有的态度和应尽的职责。

以顾客的眼光看事情，你会发现这样做会对企业有很大的帮助。企业生产的产品卖给的就是顾客，要是不能站在顾客的立场上去想问题，顾客需要什么产品企业是无法知道的，达不到顾客的需求，这对企业来讲则是致命的打击。

职业化感言： 对企业而言，顾客意味着利润，顾客意味着市场。站在对方的立场上处理难办的事情，这是每个职业化员工应有的工作态度。