

联邦快递

使命必达的力量

刘红强/著 中国言实出版社

03 ☐

在联邦快递，有一个坚守了36年，对公司影响最大、最重要的工作理念，即每一位联邦快递人每天都应该做到“不计代价，使命必达”。“使命必达”是联邦快递服务的终极目标，更是联邦快递员工职业精神的综合体现，它增强了联邦快递员工的使命感，激发起联邦快递员工的激情和创造力，磨砺了联邦快递员工的执行力，提升了联邦快递员工的服务层次。可以说，是“使命必达”的精神成就了联邦快递今日的辉煌。

本书通过阐释“联邦快递，使命必达”的含义、使命感与责任的关系、使命感在职业发展中的核心作用等，帮助员工培养职业使命感，使得员工和企业获得双赢。通过本书的阅读，读者将了解到怎样做一个富有使命感的员工，怎样做一个富有使命感的领导，以及如何培养使命感，如何打造富有使命感的组织，从而为领导和员工提高执行力提供有益的帮助。

联邦快递
使命必达的力量
Fedex
Mission
Guarantee

刘红强

- 资深图书策划人。策划和主编多部畅销图书，作品有：《责任胜于能力》、《思路决定出路》等。
- 专业的员工职业化培训师，长期跟踪研究联邦快递公司。在员工职业使命感的培养、培训和实施方面，具有丰富的经验和独到的见解。



《海尔日清工作法》

定价：29.80元 任锡源/著
在中国，影响最大、最成功的
优秀员工思维理念



《蒙牛经营人心之道》

定价：26.80元 王源/著
蒙牛集团和牛根生奉为圭臬的
价值观和行为准则



《奇瑞奇迹》

定价：29.80元 杨彪武/著
全面揭开奇瑞公司爆炸式成长之谜



《给企业注入军魂》

定价：28.00元 徐剑/著
向军队学习执行文化的建设之道



《学会认真》

定价：24.50元 宿春礼 张保文/编著
世界500强企业最推崇的
优秀员工思维理念

导读一 联邦快递：飞翔在人间的赫耳墨斯

飞机的呼啸声划破了孟菲斯凌晨的寂静，联邦快递的飞机群起飞了。满载着包裹的机群四散升空，没入黎明前深黛色的夜空中。再过四五个小时，在家里还睡眠惺忪的人或刚到公司上班的人就能陆续收到亲戚朋友或客户寄来的包裹。到 10：30，所有的包裹就可以全部安全抵达收件人手中。而此时，距离发件人的发件时间，最短仅仅十几个小时，最长也不会超过 48 小时。

这就是联邦快递的惊人速度，这就是联邦快递的“隔夜快递”服务。当然，联邦快递的服务并不限于“隔夜快递”一种，还有“同日快递”、“两日快递”、“国际优先快递”、“国际优先直接快递”、“国际优先超级快递”等 20 多项包裹和货运服务。无论哪种服务，联邦快递都保证能在承诺的时间内送达，这是他们“使命必达”的承诺。在联邦快递成立之初，有的客户对这句话心存疑虑，于是用“空包裹”来试探他们。但现在，已经没有人会怀疑这个拥有 677 架飞机、44 000 辆专用货车、14 万多名员工、年收入高达 320 亿美元的快递公司的快递能力。在享受到了“使命必达”的优质服务之后，客户们都深切体会到了联邦快递的方便、快捷和安全。

联邦快递提供“快捷、安全”的递送服务，为了保证服务的

品质，做到“使命必达”，让客户满意，每天24小时都有联邦快递的员工与飞机、卡车在天上、地下穿梭忙碌着，为客户传递信息，运送货物。为此，联邦快递创始人弗雷德·史密斯自豪地说：“我们就是电脑时代的赫耳墨斯。”

“赫耳墨斯”是希腊神话中诸神的信使，他是宙斯与风雨女神迈亚所生的儿子。由于他生有双翼，速度如飞，所以成为天界众神传令的使者。

联邦快递的速度与服务丝毫不逊色于赫耳墨斯。因为赫耳墨斯是神界唯一的信使，没有竞争者，众神除了他别无选择。联邦快递则是在激烈的竞争中成长起来的，面对的客户远比希腊众神更挑剔，而竞争对手更不可等闲视之。因此，服务稍有懈怠，客户很可能会选择其他快递公司。这个人间的赫耳墨斯可不是那么好当的！

然而联邦快递做到了，他们成为客户心中飞翔在人间的赫耳墨斯，这一切，都得益于联邦快递“使命必达”的服务精神。

“使命必达”是联邦快递的承诺，也是联邦快递服务的终极目标，更是联邦快递员工职业精神的综合体现。“使命必达”增强了员工的使命感，激发起员工的激情和创造力，磨砺了员工的执行力，提升了员工的服务层次。员工的优质服务为联邦快递培养出一批批高度满意的忠诚客户，可以说，是“使命必达”的精神成就了联邦快递今日的辉煌。

入夜，孟菲斯枢纽中心的机场又迎来一群飞机，人间的赫耳墨斯暂时合拢双翅，在经过短暂的修整和装卸之后，他们又会在黎明前的黑暗中展开翅膀，背负着使命，朝着崭新的一天飞去。

导读二 使命必达，你也是一只金鹰

金鹰实际上是那些有强烈使命感和使命必达精神，并能为客户提供满意服务的员工的象征。这样的员工，不仅备受联邦快递推崇，任何一个企业也都会对他们青睐有加。

1968年10月20日晚7时，在墨西哥城奥运会田径比赛主会场，马拉松比赛的颁奖仪式已经过去了一个多小时。突然，一位黑人选手进入会场，缠着绷带、拖着流血的伤腿一瘸一拐地跑向马拉松比赛终点，在他跨过终点线时，数万观众全场起立，雷鸣般的掌声经久不息。

这位马拉松选手是坦桑尼亚的约翰·艾哈瓦里，他在跑到19公里处时不慎摔伤了腿，教练劝他放弃，但是他还是坚持着完成了整个比赛。赛后，约翰·艾哈瓦里在接受采访时说：“我的祖国从7000英里外派我来，不是让我来听发令枪声的，而是要我来冲过终点的。”

这是一位伟大的运动员，他的耀眼光芒让那届奥运会上所有的金牌选手黯然失色。若干年过去了，人们渐渐淡忘了那一届奥运会的马拉松冠军，但艾哈瓦里这个名字却被人们一次又一次提起，正是他高度的使命感和使命必达的精神让我们心生感动。

一个奥运选手需要有使命感和使命必达的精神，一个企业员工也应如此，这是使自己和企业达到双赢的最佳途径。

使命感，就是认识到自己所从事的工作及其意义，并把工作当成一项伟大的事业，视为一种神圣的使命来履行的强烈信念。而使命必达，则是在这种强烈信念的激发下，无论任务有多么艰巨，会遇到怎样的困难，都要全力以赴、想方设法完成。

无论身处哪个行业、从事什么样的工作，你肩负的都不只是一份工作，而是一份职业使命——有没有使命感，你的职业状态和工作质量将大相径庭。

蒙牛乳业集团董事长牛根生说：“为什么有人能力大发挥的作用却小？为什么有人似乎无所不知却又无所作为？为什么有人盯着好房好车却不能盯着责任义务？因为缺乏使命感。缺乏使命感是一种灵魂的缺陷，一种只想到利不想到义，只想到我不想到他，只想到小不想到大，只想到今天不想到明天的灵魂缺陷。一些人误以为使命感是伟人们的事，其实，没有使命感连凡人都难以做好。使命感在哪里？使命感不在好高骛远里，也不在轰轰烈烈里，使命感就在你的身边、手中、脚下，就在你平凡的工作里。一个人对待本职工作的态度是半心半意、半推半就、半途而废，还是全心全意、全力以赴、全始全终，有无使命感的分水岭就在平凡的表现里。忠于职守就是最大的使命！”

使命必达精神是建立在使命感基础之上的，只有具备了强烈的使命感，才能充分发扬使命必达的精神，把肩负的使命切实落实到工作中，认真负责、全力以赴地去执行。

一个组织，具备了强烈的使命感和使命必达的精神，就是一

个充满激情、极具竞争力的组织；一个员工，具备了强烈的使命感和使命必达的精神，就是一个称职、优秀，受到众多企业青睐的职场明星。

喊出“使命必达”口号的联邦快递就是这样的组织，也拥有大批这样的员工。

使命必达，是联邦快递的紫色承诺，更是联邦快递的核心理念。快递是一种服务，服务就是使命，使命必达就要用优质服务让客户满意称心。

使命必达，增强了联邦快递人的使命感。他们以公司为家，结成一个牢不可破的利益共同体，最终达到个人与企业的共赢。

使命必达，提高了联邦快递的效率。快递行业是一个与时间赛跑的行业，以“准时世界”为座右铭的联邦快递人，以高速的奔跑保持了高效的工作。

使命必达，激发了联邦快递人的创造力。为了兑现承诺，保证服务的快捷、方便与安全，他们积极思考，勇于冒险，不断创新。

使命必达，促成了联邦快递的完美执行。为了做到使命“必”达，联邦快递人不畏艰难，全力以赴，坚持不懈，包裹不送达绝不罢休！

使命必达，塑造了联邦快递优秀的服务团队。他们坚信，成功需要得到尽可能多的人的合作，默契的团队可以发挥出 $1+1>2$ 的作用。

.....

曾经有段时间，为了增强员工的使命感和使命必达的精神，

同时更好地激励员工为客户提供更优质的服务，联邦快递印刷了大量的金鹰卡，把它们分发给客户，让客户把这张卡片授予为他们提供优质快递服务的联邦快递人。这就是联邦快递公司中“金鹰奖”的雏形。

所谓的金鹰卡，其实是一张简单的感谢卡，淡淡的鹰影上印着“感谢您的优质服务”以及“金鹰”这个单词各个字母的由来：

你赋予了我权力；

你承担了全部责任；

你兑现了承诺；

你倾听客户的声音并予以回应；

你喜欢自己从事的工作。

不难看出，金鹰实际上是那些有强烈使命感和使命必达精神，并能为客户提供满意服务的员工的象征。这样的员工，备受联邦快递的推崇。

想成为企业最受欢迎的人吗？想发挥自己的最大价值吗？想让人生更加绚丽吗？那就修炼你的使命感吧，做到使命必达，你也能成为一只金鹰！

Contents)

目录

导读一 联邦快递:飞翔在人间的赫耳墨斯	1
---------------------------	---

导读二 使命必达,你也是一只金鹰	3
------------------------	---

第一章 不计代价,使命必达——联邦快递的

紫色基因

使命必达:联邦快递的紫色承诺	2
----------------------	---

使命必达:渗入员工生命的紫色基因	5
------------------------	---

运送包裹,更运送对您的承诺	9
---------------------	---

兑现承诺就是我们的使命	13
-------------------	----

不计代价,使命必达	18
-----------------	----

第二章 与公司共命运——联邦快递人的主人翁

意识

我就是主人	24
-------------	----

与公司一起成长	30
---------------	----

做问题的终结者	37
---------------	----

为公司开创商机是我的职责	43
--------------------	----

第三章 保证完成任务——联邦快递人对使命的 完美执行

不要借口,只要执行	50
没有送不到的包裹,只有送不出的邮件	58
保证完成任务	63
包裹不送达绝不罢休	70

第四章 准时完成工作——联邦快递人高效工作 的关键所在

以准时为信仰	78
速度就是优势	82
战胜自己就能赢得时间	89

第五章 创造性地工作——联邦快递的持续发展 之源

永远不要做别人已经做过的事情	98
没有最好,只有更好	102

Contents)

目录

跳出工作范围之外思考 109

打破框架,创造性地工作 112

第六章 团结就是力量——使命必达的团队保障

我们拥有共同的目标 120

人人助我,我助人人 126

成功需要尽可能多的人的合作 133

凝聚产生力量,沟通促进合作 137

第七章 让客户满意百分百——联邦快递人的客户

服务宗旨

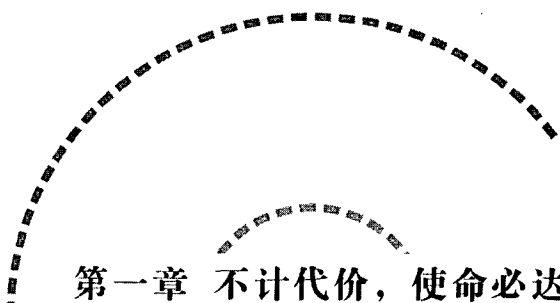
让客户满意就是让老板满意 146

为客户提供“全程服务” 151

急客户之所急,提供个性化服务 158

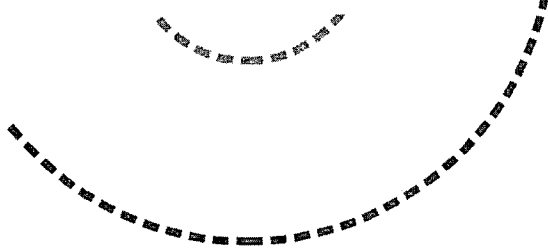
附录一 联邦快递公司成功的 10 项管理原则 ... 162

附录二 《致加西亚的信》——使命必达的经典	
范例	165
附录三 员工职业精神培训手册	170



第一章 不计代价，使命必达

——联邦快递的紫色基因



联邦快递有一个紫色承诺：“不计代价，使命必达。”就是无论面临怎样的困难，都要想尽一切办法，排除万难，不计代价地完成任务，确保客户对公司的服务称心满意。因为联邦快递人运送的不仅仅是包裹，更运送着对顾客的承诺。弗雷德说：“一件货物本身对寄件者和收件者而言是极具时间价值的，他们愿意为节省时间付出额外费用。我们说服客户把货物交给我们，就必须做到使命必达，并保证货物在运抵前绝不会离开我们的手。”

使命必达：联邦快递的紫色承诺

不论付出任何代价，也要确保客户对公司的服务称心满意，即对客户赋予的使命做到“使命必达”。这，就是联邦快递的紫色承诺。

随着世界冠军谢杏芳在上海外滩一记有力的击球，羽毛球的环球之旅开始了。小球瞬间滑过天际，飞向富士山。世界冠军鲍春来眼见小球呼啸而来，几个跨步一跃而起把小球击往下一个目的地。小球从美国纽约商业写字楼飞掠而过，直奔自由女神像。此时奥运冠军张宁在塑像头顶一个筋斗，潇洒一挥，将羽毛球打向下一个目的地。小球飞过中国上空，直奔天安门广场。在喧闹的人群中，中国男单一号林丹手中没有球拍，露出焦急的神色。就在此时，及时出现的联邦快递速递员手捧快递箱飞奔而来，林丹边跑边接过球拍，凌空一个翻滚，漂亮的击出了最后一拍。这只完成了环球使命的羽毛球轻轻松松地落在中国队总教练李永波的手中。整个团队为这次完美的合作，露出了喜悦的笑容。

这是 2006 年联邦快递携手中国羽毛球队拍摄的宣传广告，片中，4 位世界冠军选手林丹、张宁、鲍春来和谢杏芳在中国羽毛球

队总教练李永波率领下通过默契的配合，将联邦快递使命必达的服务承诺演绎得淋漓尽致。

“联邦快递，使命必达！”这个响亮的口号源于联邦快递公司的一个特别承诺——“紫色承诺”，就是不论付出任何代价，也要确保客户对公司的服务称心满意，即对客户赋予的使命做到“使命必达”。为了践行这个“使命必达”的紫色承诺，联邦快递的员工不管碰到什么麻烦，都愿意多做一些、克服困难，以如期达成客户交付的使命。

“联邦快递，使命必达”的广告口号琅琅上口。在联邦快递的另一则早期电视广告中，救护车司机看到前方车阵壅塞，为了救人，赶忙直接将人抱起送往医院，深怕耽误病人救治的宝贵时间。联邦快递因为大力吸纳对工作充满使命感的人才，所以能够信心十足地保证提供及时可靠的快递服务。

虽然在联邦快递创立之初并没有提出“使命必达”这个口号，但紫色承诺早在那时就已植根在联邦快递人的心底。

联邦快递创始人弗雷德·史密斯在提出“隔夜快递”的服务时，“隔夜快递”就是公司的口号，弗雷德承诺肯定能在第二天10:30之前将包裹送至收件人手中，他说：“只要耽误60秒，公司就退款。”这就是紫色承诺的雏形。

此后，联邦快递在宣传上又提出了“没错，我们一定会送到”的口号和承诺，体现的也是一种使命必达的精神。

最后，联邦快递把紫色承诺提炼为“使命必达”。“联邦快递，使命必达！（Fedex, Mission Guarantee!）”这既是一个响亮的口号，又是一个充满信心的承诺与保证，更是联邦快递提供服务的终极目

标。所有的联邦快递人为了捍卫这个口号，兑现这个承诺，实现公司服务的最终目标，不畏艰难，排除障碍，涌现出一批批富于使命感的优秀员工，正是他们的努力成就了联邦快递今天的辉煌。

■ 信息快递

全球四大快递公司

1. 联邦快递公司 (FedEx)

FedEx 于 1971 年 6 月成立于美国德拉瓦市，全球总部在美国田纳西州孟斐斯市。目前向 220 个国家及地区提供快递运输服务。在亚太地区 32 个国家和地区有近 8600 名员工，亚太区总部设在香港。

2. 联合包裹运送服务公司 (UPS)

UPS 于 1907 年 8 月作为一家信使公司创立于美国华盛顿州西雅图市。如今已发展为拥有 360 亿美元资产的大公司，总部位于美国亚特兰大。为 200 多个国家或地区的 180 万家客户提供服务。

3. 敦豪国际公司 (DHL)

DHL 于 1969 年 9 月在美国加利福尼亚成立。目前 DHL 在 229 个国家有 20 000 多辆汽车，60 000 多名员工，300 多架飞机。DHL 总部在比利时布鲁塞尔，由德国邮政全球网络 100% 拥有。

4. 天地集团公司 (TNT)

TNT 是欧洲最大的快递公司，母公司是荷兰邮政集团 (TPG)，总部设在阿姆斯特丹。集团拥有 159 000 名员工，分布于 200 多个国家和地区。2006 年，集团销售收入为 101 亿欧元，运营收入为 12.76 亿欧元。TNT 早在 1988 年就已进入中国，目前已覆盖 500 个城市。