# 2024年以奋斗者为本读后感450 华为以奋斗者为本读后感(8篇)

来源：网络 作者：悠然小筑 更新时间：2025-03-14

*以奋斗者为本读后感450 华为以奋斗者为本读后感一以下我着重从“易流奋斗者”的标准上谈谈自己的看法。张总文提到的五条标准，其实在“干部七条原则”中已经包含，前次的“深思易流忧患”中也提到了，这里也算是反复重点强调，为什么要这样做，我认为最大...*

**以奋斗者为本读后感450 华为以奋斗者为本读后感一**

以下我着重从“易流奋斗者”的标准上谈谈自己的看法。张总文提到的五条标准，其实在“干部七条原则”中已经包含，前次的“深思易流忧患”中也提到了，这里也算是反复重点强调，为什么要这样做，我认为最大的原因还是易流的员工、干部并没有按张总的要求去做好事、改进事、提升事，甚至是做得很不好，我们今天学了这篇文章，我觉得不用思考和质疑：我们有错吗?我们没做好吗?我们没进步吗?要思考和实践的是：我们如何改正做事方法、我们如何做好事、我们如何进步的快一点。我打算从我的本质工作上来提出我的具体想法和计划：

第一：易流的“奋斗者”首先应该是对易流事业的绝对认同与忠诚，并践行易流的七条价值观。

这一条，我原来对我们团队的理解很不够，我认为对易流事业的绝对认同是少数人的事，我认为允许一部分人可以有自己的个性，可以不把易流价值观刻进自己的骨子里去，只要他能干好业务，有业绩就没有问题，就可以用。后来我发现错了，我们团队里就有这样的人，他总是喜欢站在大家的对立面思考和处理问题，总是表现得跟团队格格不入，总喜欢按自己的个性去做事，后来我发现他几乎成了团队的毒瘤，严重的影响了团队的凝聚力，事实上他的业绩也很差，正如张总说的，如果对易流的事业没有绝对认可或只停留在“口头上”其它的都免谈了，唯有认可和忠于易流事业的人才有可能跟大家一起“奋斗”，就像《亮剑》中李云龙的团队一样，所有人都能做到同生共死，这个是“奋斗”的基础，以后在团队管理上我要把这条标准作为“入门”条件，不认同易流事业的，我就会请他离开!当然新进来的员工不会天生就认同易流的事业，我们要引导、培训、帮助、以身作则来要求他们，让他们真正以“团队为荣、为易流为豪”。

第二：易流事业的“奋斗者”必须对工作充满激情，并对于易流的发展富有责任感、使命感。

张总在这条中把“激情”具体解释成“时刻保持对于工作、对于生活积极、向上的心态和对在易流所从事工作的热爱，遇事积极思考解决办法”，我简单的理解就是“积极做事、积极思考和改进”，我总结自己就是基本满足“积极做事”但“积极思考和改进”非常缺乏。表现团队管理总是不到位、员工思想总是把控不到位、流程执行总是不到位等等，这些需要思考方法，在管理意识上去深层次改变自己，以“执行力”为牵引，总结自己的管理思路和管理方法，以提高同事们“快速响应、立即行动”为长期管理目标。最近在看一本销售管理小说，说的是销售领域“食脑族”的事，小说里说的人的思考比做事更有力量，特别是管理者、策划者，要提升整个团队的绩效和作战能力，我确实需求经常思考、不断思考并找到解决问题的办法。

责任感和使命感的问题在每个人身上表现的情况有很大差异，就拿我这个团队来说，每个同事的心理诉求不同的阶段都不一样，新来的同事更多的是考虑自身的短期的经济收益，更在意自己的当下业绩，更容易以业绩好的同事为榜样，这种想法没有错，在管理上我就就要想办法让他们不断提升和稳定自己的业绩，并引导他们去努力学习并相互帮助，当整个团队的业绩上来后，大家的集体荣誉感就会强起来，逐渐大家的责任感和使命感就会强起来。老同事要清晰他的上升通道，要让他明白自己在哪方面需要努力和提高，又能在哪个阶段获得什么样的进步和回报，只有这样，他的责任感和使命感才能持续稳定，并在工作中发挥着积极的榜样作用，接下来我要搞一场“深圳办事处经理”的竞聘，让业绩好的老同事明确自己的发展方向。

第三：将本职岗位价值最大化，并坚持以“结果为导向”的行事风格。

今年我在不断尝试将销售指标分解到个人，将目标考核细化，在实施的过程中遇到了很多的阻力，新老同事都担心自己的考核不能达标，通过一段时间的运行，效果还是很明显的，我们如何跟上公司的“快速发展期”具体到我们销售人员的身上就是要不断的挑战业绩，要让老同事明白躺在“自己过去的成绩”上是行不通的，要培养更多的新同事做出好的业绩，让他们互为榜样，加快淘汰机制，市场上的强者都是淘汰留下来的精英，“向市场要效益”是张总常说的一句话，要不断强化同事们的指标考核目标，市场的“结果”就是“销售指标”，压力必须要有，信心是关键，制定合理的目标和循序渐进的指标考核是方法，接下来我要遂步把“装车数”指标和“回款”指标放在每个团队成员的身上，告诉他们我们要以“结果为导向”来挑战自己的业绩。

第四：易流事业的“奋斗者”应该时刻具备危机意识，并在工作中持续改进。

“危机意识”在我的脑海中还是很强的，针对深港的市场现状，“守住客户”同样是我们的工作重点，我们现有的客户不断会有人来挖来翘，这是不可避免的竞争，我目前已经要求团队的每个同事都在总表中体现自己的每周的“回访计划”通过我们的反复探讨，得出的结论是“必须在每个客户身上花时间和精力才可能维护好客情关系”为了保证时间和精力我们就必须周周有计划并周周付诸行动。

建议公司方面也要为断提升“全员服务意识”不管是对内还是对外，我们都要建立起一个“全服务型”的易流，保持“服务不好，就会危险”的危机意识，这次工程师评级考试中，我参加了两场监考，最大的一个体会是工程师的服务意识还是很差，表现为很多细节知道，但不会去做，因为没有养成习惯，恰恰习惯的养成就是要有服务意识。部门之间的沟通冲突和推诿也正是服务意识弱的原因造成，因为大家还没有养成把对方当成服务对像的习惯。

第五：这一点现在公司我觉得慢慢好了起来，每天我都能看到下了班后，不同的部门在使用会议室，有开会的、有讨论的、有学习的、有培训的，公司整体上形成了一个学习的气氛，但我也发现气氛是有了，但效果并不好，表现为学习过程中气氛不活跃，互动不积极，测试学习的结果不理想，我们这个团队每周五下午在坚持培训学习，时间长了，慢慢的就有些同事心不在焉，学习效果就下降了不少了，昨天看了华东的同事上周接受“第三方”培训，叶龙兄很兴奋，发表不少感慨，我觉得是不是这种“第三方”的培训我们间隙性的也搞一搞，因为大家都是年轻人，基本没经历这种培训方式，从主观上来讲，对这个培训会比较感兴趣和好寄，接受程度可能就会好一些。

为“奋斗者”为本，快速反应、立即行动，完成深港大区的20xx年销售指标，我们将奋斗、奋斗、再奋斗!!!

**以奋斗者为本读后感450 华为以奋斗者为本读后感二**

在看到这个标题时，当时想了一下，觉得自己应该可以算得上“奋斗者”，因为觉得自己把易流当成自己的事业，一直以老板的心态在努力的做每一件事，认真看了一下张总的文章，把张总提到的广义上的“奋斗者”的三个条件和易流自己的“奋斗者”五个条件跟自己认真的比较了一下，发现自己还真算不上是个“奋斗者”，至少有一半的条件尚未达到，“奋斗者”是需要用很长时间用非常多的心血去努力才能达到的目标，又或者说人的一生就一直在成为“奋斗者”的路上，也只有一直走在“奋斗者”的路上，才能实现自己个人价值和社会价值，从而被企业和社会所尊敬，才能获得“物质”和“精神”的丰厚回报!

以下我着重从“易流奋斗者”的标准上谈谈自己的看法。张总文提到的五条标准，其实在“干部七条原则”中已经包含，前次的“深思易流忧患”中也提到了，这里也算是反复重点强调，为什么要这样做，我认为最大的原因还是易流的员工、干部并没有按张总的要求去做好事、改进事、提升事，甚至是做得很不好，我们今天学了这篇文章，我觉得不用思考和质疑：我们有错吗?我们没做好吗?我们没进步吗?要思考和实践的是：我们如何改正做事方法、我们如何做好事、我们如何进步的快一点。我打算从我的本质工作上来提出我的具体想法和计划：

第一：易流的“奋斗者”首先应该是对易流事业的绝对认同与忠诚，并践行易流的七条价值观。

这一条，我原来对我们团队的理解很不够，我认为对易流事业的绝对认同是少数人的事，我认为允许一部分人可以有自己的个性，可以不把易流价值观刻进自己的骨子里去，只要他能干好业务，有业绩就没有问题，就可以用。后来我发现错了，我们团队里就有这样的人，他总是喜欢站在大家的对立面思考和处理问题，总是表现得跟团队格格不入，总喜欢按自己的个性去做事，后来我发现他几乎成了团队的毒瘤，严重的影响了团队的凝聚力，事实上他的业绩也很差，正如张总说的，如果对易流的事业没有绝对认可或只停留在“口头上”其它的都免谈了，唯有认可和忠于易流事业的人才有可能跟大家一起“奋斗”，就像《亮剑》中李云龙的团队一样，所有人都能做到同生共死，这个是“奋斗”的基础，以后在团队管理上我要把这条标准作为“入门”条件，不认同易流事业的，我就会请他离开!当然新进来的员工不会天生就认同易流的事业，我们要引导、培训、帮助、以身作则来要求他们，让他们真正以“团队为荣、为易流为豪”。

第二：易流事业的“奋斗者”必须对工作充满激情，并对于易流的发展富有责任感、使命感。

张总在这条中把“激情”具体解释成“时刻保持对于工作、对于生活积极、向上的心态和对在易流所从事工作的热爱，遇事积极思考解决办法”，我简单的理解就是“积极做事、积极思考和改进”，我总结自己就是基本满足“积极做事”但“积极思考和改进”非常缺乏。表现团队管理总是不到位、员工思想总是把控不到位、流程执行总是不到位等等，这些需要思考方法，在管理意识上去深层次改变自己，以“执行力”为牵引，总结自己的管理思路和管理方法，以提高同事们“快速响应、立即行动”为长期管理目标。最近在看一本销售管理小说，说的是销售领域“食脑族”的事，小说里说的人的思考比做事更有力量，特别是管理者、策划者，要提升整个团队的绩效和作战能力，我确实需求经常思考、不断思考并找到解决问题的办法。

责任感和使命感的问题在每个人身上表现的情况有很大差异，就拿我这个团队来说，每个同事的心理诉求不同的阶段都不一样，新来的同事更多的是考虑自身的短期的经济收益，更在意自己的当下业绩，更容易以业绩好的同事为榜样，这种想法没有错，在管理上我就就要想办法让他们不断提升和稳定自己的业绩，并引导他们去努力学习并相互帮助，当整个团队的业绩上来后，大家的集体荣誉感就会强起来，逐渐大家的责任感和使命感就会强起来。老同事要清晰他的上升通道，要让他明白自己在哪方面需要努力和提高，又能在哪个阶段获得什么样的进步和回报，只有这样，他的责任感和使命感才能持续稳定，并在工作中发挥着积极的榜样作用，接下来我要搞一场“深圳办事处经理”的竞聘，让业绩好的老同事明确自己的发展方向。

第三：将本职岗位价值最大化，并坚持以“结果为导向”的行事风格。

今年我在不断尝试将销售指标分解到个人，将目标考核细化，在实施的过程中遇到了很多的阻力，新老同事都担心自己的考核不能达标，通过一段时间的运行，效果还是很明显的，我们如何跟上公司的“快速发展期”具体到我们销售人员的身上就是要不断的挑战业绩，要让老同事明白躺在“自己过去的成绩”上是行不通的，要培养更多的新同事做出好的业绩，让他们互为榜样，加快淘汰机制，市场上的强者都是淘汰留下来的精英，“向市场要效益”是张总常说的一句话，要不断强化同事们的指标考核目标，市场的“结果”就是“销售指标”，压力必须要有，信心是关键，制定合理的目标和循序渐进的指标考核是方法，接下来我要遂步把“装车数”指标和“回款”指标放在每个团队成员的身上，告诉他们我们要以“结果为导向”来挑战自己的业绩。

第四：易流事业的“奋斗者”应该时刻具备危机意识，并在工作中持续改进。

“危机意识”在我的脑海中还是很强的，针对深港的市场现状，“守住客户”同样是我们的工作重点，我们现有的客户不断会有人来挖来翘，这是不可避免的竞争，我目前已经要求团队的每个同事都在总表中体现自己的每周的“回访计划”通过我们的反复探讨，得出的结论是“必须在每个客户身上花时间和精力才可能维护好客情关系”为了保证时间和精力我们就必须周周有计划并周周付诸行动。

建议公司方面也要为断提升“全员服务意识”不管是对内还是对外，我们都要建立起一个“全服务型”的易流，保持“服务不好，就会危险”的危机意识，这次工程师评级考试中，我参加了两场监考，最大的一个体会是工程师的服务意识还是很差，表现为很多细节知道，但不会去做，因为没有养成习惯，恰恰习惯的养成就是要有服务意识。部门之间的沟通冲突和推诿也正是服务意识弱的原因造成，因为大家还没有养成把对方当成服务对像的习惯。

第五：易流事业的“奋斗者”应该具有钻研、学习、不断创新的精神。

这一点现在公司我觉得慢慢好了起来，每天我都能看到下了班后，不同的部门在使用会议室，有开会的、有讨论的、有学习的、有培训的，公司整体上形成了一个学习的气氛，但我也发现气氛是有了，但效果并不好，表现为学习过程中气氛不活跃，互动不积极，测试学习的结果不理想，我们这个团队每周五下午在坚持培训学习，时间长了，慢慢的就有些同事心不在焉，学习效果就下降了不少了，昨天看了华东的同事上周接受“第三方”培训，叶龙兄很兴奋，发表不少感慨，我觉得是不是这种“第三方”的培训我们间隙性的也搞一搞，因为大家都是年轻人，基本没经历这种培训方式，从主观上来讲，对这个培训会比较感兴趣和好寄，接受程度可能就会好一些。

为“奋斗者”为本，快速反应、立即行动，完成深港大区的20xx年销售指标，我们将奋斗、奋斗、再奋斗!!!

**以奋斗者为本读后感450 华为以奋斗者为本读后感三**

华为的成功，我们毋庸置疑。别人的优点是值得我们去学习和借鉴的。华为的狼性文化对于我们是否有价值，取决于我们如何解读和运用，学习别人的思想和文化，而不是盲目的照搬、照套，让别人的文化理念转化为自己的思想，与自己的实际状况相结合，走出属于自己的道路。当然，这个前提是，我们能够领悟到狼性文化的精髓，深切领悟到别人成功背后的秘诀之所在。

对于刚毕业步入工作之路的我们，并没有太多的思想，更谈不上有什么经验可言，但是作为公司里最年轻的一代，我们有用不完的奋劲和激情，我们有足够的理由和职责去学习和实践华为的狼性理念，并使之转化为自己的思想，不断地激励着自己前进。下面从华为狼性文化所包含的三个层次来谈一下我的感悟。

首先，以敏锐的嗅觉，捕捉着每个风险的可能，有效地防范风险，做好风险管理，在建筑业的“冬季”做好御寒措施，防止和抵御强力寒流对我们的袭击。这也是我们法务与生产部门工作的主要方面，时刻持续着较高的警惕意识，为公司的运营做好预警工作，在“冬季”中成长，为迎接更完美的春天做充足的准备。

其次，以强烈的进攻意识，做好一个自己的奋斗者。一个企业的发展，需要每个员工的奋斗和努力，从自我做起，从每一天做起，用足够的奋劲和动力，以最合理的工作方式，最清晰的工作思路，才会有相应的成绩。正值青春年华，我们没有理由不奋斗，我们应以充足的激情和力量应对自己的工作、自己的目标，推动部门、群众和公司的发展，以实现自我价值的最大化。

最后，以长期坚持不懈的艰苦奋斗，团队精神，打造我们的团队提升年。华为倡导“胜则举杯相庆，败则拼死相救”，一个好的企业本应如此，一个人的力量不足以撑起一片蓝天，唯有团结一致，培养群众意识，提高凝聚力，才能开拓更为广阔的天空，才能为公司的未来铺展更为宽广的道路。在公司的团队提升年里，每个人在做好自己的同时，相互协助，部门之间相互配合，为公司未来的发展创造更多的价值。

以奋斗者为本，学习狼性文化，做一匹永不言弃努力奋斗的狼!凝聚我们所有人的力量，撑起属于我们九建的蓝天，缔造客户满意的完美家园。

**以奋斗者为本读后感450 华为以奋斗者为本读后感四**

——读后感

在认真的阅读了张总关于“以奋斗者为本”的文章之后，我又忍不住反复的读了几遍，并对 “奋斗者”思想的定义及其实现和意义进行了思考，对于什么是“奋斗者”、什么是“以奋斗者为本”以及如何让自己成为奋斗者并实现自己作为奋斗者的价值有了一定程度的认识，在此进行了一些学习心得的总结。

什么是奋斗者?

首先，我们都会问：什么是“奋斗者”?这个问题张总在文章的最开始部分就给出了答案：

“奋斗者”是能够为整个社会向前发展做出一定贡献的，同样，也一定会为自己所从事的领域、行业做出突出性贡献并受到社会所尊敬的人;“奋斗者”是能够为他所服务的企业、客户创造实实在在的价值; “奋斗者”也是通过自己的努力与付出，提升个人的综合能力，并能够实现个人成就，获得社会的尊敬，获得丰厚回报的。

人，作为一个社会个体，在一定的社会环境下成长和生活，享受社会环境的滋养和辅助。同样的，社会的发展也需要我们个人的奉献，在成不一个奋斗者的前提。没有奉献，就不能创造价值;没有奉献，人生就不会有意义;没有奉献，社会就不会有进步，也就不会有个人的进步。所以，没有奉献，就谈不上“奋斗者”。所以，我个人理解的所谓的“奋斗者”就是奉献社会、创造价值并实现价值获得回报。让自己成为所服务的公司、客户和社会的奋斗者，为公司做出上定的贡献。

如何成为奋斗者?

明确了什么是“奋斗者”之后，我们会想要成为易流的一个“奋斗者”，然而，如何成为“奋斗者”呢?是只是做好自己的工作就可以么?还是只是努力工作就可以呢?

对于这个问题，张总也给出了很明确的答案，有五点要求：

第一，易流的“奋斗者”首先应该是对易流事业的绝对认同与忠诚，并践行易流的七条价值观;第二，易流事业的“奋斗者”必须对工作充满激情，并对于易流的发展富有责任感、使命感;第三，将本职岗位价值最大化，并坚持以“结果为导向”的行事风格。第四，易流事业的“奋斗者”应该时刻具备危机意识，并在工作中持续改进;第五，易流事业的“奋斗者”应该具有钻研、学习、不断创新的精神。我个人非常认同这几个观点，特别是我们部门最近也是一直再以学习来提升自己对工作和为人处事上的一些观点吧。

对于这几点要求，并不是独立的，其本身就是紧密联系，相辅相成的。其实对从事的工作的认同和热爱的前提就是，“选我所爱，爱我所选”。只有热爱自己的工作，才会对工作充满激情，才会有强烈的责任感，才会在工作中创造出最大的价值。而要实现价值的最大化，除了需要激情和责任感以外，还需要坚持以“结果为导向”的行事风格。海燕经常和我们说的一句话，过程很重要，但是做事更注重的是结果，就像我们在服务的过程中是要做到细心，但我们更要明白是，是否保质保量的处理好事情，如果过程再完美结果没有完成或者说结果不是我们想要的，那也是无功于世，只有目标明确，才会有更大的动力。像我们服务行业，个人素质和态度也是奋斗者的必备因素之一，掌握我们整个公司的服务动态方针和平台的操作使用，并时刻保持危机感，提高危机意识，在提高自身的修养和素质。就像张总说的不是我们的服务有多好，而是竞争对手太落后，如果我们不前进对手必会追上，我们需要不断的学习和吸收他人的长处，改正自身的缺点，做到扬长避短。比如我个人来说，情绪的波动还是比较大，有时还不能冷静处理事情，调整心态问题也不止说过一次，但这些都是还要学习和改进的地方。

如何实现“奋斗者”的价值?

我在思考，要怎么实现“奋斗者”的价值呢?我该如何成为一个奋斗者?

作为易流的一名工作人员，我们不仅仅是一名工作者，我更应该是热爱易流的，要以易流的发展作为我最终极目标，努力的把易流推向世界化，这不井井是公司的上述，也是我们在坐各位同仁共同的一个目标，在目标明确的情况下，易流也为我们的工作和发展提供了一个很好的平台，在物质上，易流一定会给予“奋斗者”丰厚的物质回报;在精神上，易流会倡导建立“以奋斗者为本”的理念。在易流我个人是深有体会，我在这是因为相信而看见，因为看见而感动，也是为感动和感激而留下成为易流事业的一位“奋斗者”，公司是我们的一个大家庭，他给我们营造出一个尊重、信任、理解的文化氛围;让每一位“奋斗者”都富有激情、富有责任感、富有使命感的去进行创造和创新;也给“奋斗者”们公平感、成就感、认同感和发展的空间。在这样的条件下，我们应持着公司的服务方针以“客户为中心、以奋斗者为本、坚持“转变、创新、服务””的经营理念，以“全面提升公司整体竞争力”的经营方针为指导思想，奋斗，奋斗，再奋斗。我相信，不管是管理阶层，还是销售阶层，哪怕是作为一名客服人员的我们，也能成为一名为公司为社会做出贡献的“奋斗者”，不断地为公司为社会做出更大的贡献。我相信我们一定行，让我们一起携手创造出更好的明天，一起奋斗吧。

**以奋斗者为本读后感450 华为以奋斗者为本读后感五**

1987年成立的华为，在众多的竞争者中能一枝独秀，睥睨群雄，来自于她的核心竞争力，核心竞争力的来自于她的核心价值观，即“以客户为中心，以奋斗者为本”。

前一句话解决的是价值观问题，即价值创造，价值来源于哪里价值就是现实的获利潜力和长远潜在获利机会的货币化表现，来源于管理和技术。然后才是价值的评价和分配，讲究的是公正和公平问题;评价价值强调职责结果导向，对于企业要关注销售、利润和现金流，对于人才要关注增值，要求贡献大于成本;第二句话解决的是干部观问题，即干部的选取标准。

华为既注重外部客户，又注重内部客户，但明显偏向外部客户，用任正非的话说这是我们的衣食父母，这是企业生存的基础;但同时又兼顾股东利益，这是投资的目的。

“深淘滩，低作堰”，原是李冰父子在修建都江堰水利工程时所采用的策略，被任正非用于企业的经营管理，企业要不断地研发，增强核心竞争力;降低费用，减少支出;对于客户来说，任正非不追求企业利润的最大化，只要求适当地利润，把利润让给客户，让企业与客户构成良好的供求关系和利益综合体。“深淘滩，低作堰”对于我们的人生也具很好地指导好处，我们要不断学习，不断修正自己，如曾子“吾日三省吾身”，修身养性，厚德载物;同时要低调，本着“三人行，必有我师”的出发点，谦虚谨慎，戒骄戒躁，不仅仅要追求身体上的艰苦奋斗，还要追求思想上的艰苦奋斗，提升自己格局。

好干部要尽心，尽力不是好干部。华为干部三要素：布阵，点兵和陪客户吃饭，布阵指组织建设和组织行为建设;点兵指干部选拔、干部培养和新陈代谢;陪客户吃饭指要紧密了解客户需求。联想总裁柳传志曾指出管理三要素：搭班子、定调子和带队伍。任正非和柳传志的观点有异曲同工之妙，组织建设就是要确定方向、节奏，定战略，解决组织去哪儿的问题;组织行为建设就是搭好班子，解决如何去的问题，所以组织行为建设里面最重要的一项就是团队建设;点兵就是队伍建设，但任正非又比柳传志更务实，更关注价值创造的源泉，那就是客户需求。

华为文化的精髓：开放、妥协和灰度。开放指要有博大的胸怀，吸收一切完美、实用的东西为我所用;妥协指要有包容之态;灰度指不走极端，到达平衡、和谐的状态，是一种融合体，不同于“非黑即白”的反向思维，也不同于“白加黑”的并存思维，而是“黑白融合”的和合思维，能够理解为和谐之势，和谐的来源叫开放，和谐的过程叫妥协，和谐的结果叫灰度。

华为对不同阶层的干部有不同的评价标准，中基层干部注重潜力，即职责结果导向，高级干部注重素质和品德，中高级干部要讲究视野、意志和品格，侧重的是方向和战略;基层要不要注重吃大苦、耐大劳和担大任，侧重于做事和战术，分工不同，指导思想和具体的工作实践也就不同。

基层干部要有饥饿感，时刻持续旺盛的战斗力;中层干部要有危机感，能上能下;高层干部要有使命感，对所从事的事业有强烈的热情。这对于我们的实践工作也具有很好的指导好处，一线市场人员务必时刻警醒，对目标客户有强烈的追逐欲望;中层干部要承担承上启下的任务，做的好则升，做的不好则降;高层干部则务必时刻以公司文化和核心价值观为指导，不能偏离方向，持续战略的正确性。

通读《以奋斗者为本》，虽未囫囵吐枣，但真正理解华为文化的价值和精髓尚需时日，华为在实践中生存，在摸索中发展，我们亦要取其精华为我所用，用于指导我们的工作，促进我们的发展。如“猛将必发于卒伍，宰相必取于州郡”强调内部选拔的重要性，空降兵虽有潜力，但不必须适用于必然王国走向自由王国”，企业家的生命是有限的，而企业的生命是无限的，生命延长线的长度取决于干部或优秀人才的自省、自我批评、自我批判和自我更新的潜力。

**以奋斗者为本读后感450 华为以奋斗者为本读后感六**

通过《以奋斗者为本》一书的学习，华为的企业管理理念对我启发很大。

华为公司的目标就是：为客户服务。 为客户服务，就要为客户创造价值，只有客户成功，才有华为的成功。

我们和康源的宗旨，也是满足客户需求。 那我们就奔着这个目标去努力工作，始终想着客户、服务于客户，让我们的客户利益最大化，客户成功了我们才能赢得利益。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、最低的价格让给客户，客户利益大了，你的产品热销了，公司才能创造价值。要有好的质量、好的服务、最低的价格就必须要我们付出艰辛的劳动。

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。

管理能产生核心竞争力。集团要发展，必须全力打造企业核心竞争力。技术创新、产品创新、模式创新，管理更要有所创新。整天无所事事，看不出一点门道、发现不了一点问题，即使跑断腿也是徒劳的。

为客户创造价值才是奋斗，把煤炭洗的白白的对客户不产生价值，不叫奋斗!

尽力≠尽心，尽心做事更重要。

一个人能干的活，就不要用两个或更多。

减员合岗，减少成本，增创价值。

能用机器的岗位，适当换机器，提高效益，降低劳动强度，减少人员开支，也能增创价值。

鼓励改革，创新工作流程，提高工作效率。

管理创效率、管理也能创价值。 管理中早发现问题，将隐患及早处置，也是创造了价值。 创造价值的途径很多，唯有开动脑筋、挖掘资源。

在种鸭养殖上：育雏育成期--重在成活率、均匀度。

产蛋期考核--产蛋率、死淘率、合格率、料蛋比。

6s检查也不可忽视。 试想在养殖场不进行6s检查将会怎样?

场长有场长的考核目标， 总经理有总经理的考核项目。老板考核总经理、总经理考核到场长、场长考核到员工。层层制定出各级的考核方案、奖惩措施，到时达标兑现、公正公开、多劳多得。为了实现自身的价值都自觉拼命加苦干。

以奋斗者为本读后感心得20xx字以上

在认真的阅读了张总关于\"以奋斗者为本\"的文章之后，我又忍不住反复的读了几遍，并对 \"奋斗者\"思想的定义及其实现和意义进行了思考，对于什么是\"奋斗者\"、什么是\"以奋斗者为本\"以及如何让自己成为奋斗者并实现自己作为奋斗者的价值有了一定程度的认识，在此进行了一些学习心得的总结。

什么是奋斗者?

首先，我们都会问：什么是\"奋斗者\"?这个问题张总在文章的最开始部分就给出了答案：

\"奋斗者\"是能够为整个社会向前发展做出一定贡献的，同样，也一定会为自己所从事的领域、行业做出突出性贡献并受到社会所尊敬的人;\"奋斗者\"是能够为他所服务的企业、客户创造实实在在的价值; \"奋斗者\"也是通过自己的努力与付出，提升个人的综合能力，并能够实现个人成就，获得社会的尊敬，获得丰厚回报的。

人，作为一个社会个体，在一定的社会环境下成长和生活，享受社会环境的滋养和辅助。同样的，社会的发展也需要我们个人的奉献，在成不一个奋斗者的前提。没有奉献，就不能创造价值;没有奉献，人生就不会有意义;没有奉献，社会就不会有进步，也就不会有个人的进步。所以，没有奉献，就谈不上\"奋斗者\". 所以，我个人理解的所谓的\"奋斗者\"就是奉献社会、创造价值并实现价值获得回报。让自己成为所服务的公司、客户和社会的奋斗者，为公司做出上定的贡献。

如何成为奋斗者?

明确了什么是\"奋斗者\"之后，我们会想要成为易流的一个\"奋斗者\",然而，如何成为\"奋斗者\"呢?是只是做好自己的工作就可以么?还是只是努力工作就可以呢?

对于这个问题，张总也给出了很明确的答案，有五点要求：

第一，易流的\"奋斗者\"首先应该是对易流事业的绝对认同与忠诚，并践行易流的七条价值观;第二，易流事业的\"奋斗者\"必须对工作充满激情，并对于易流的发展富有责任感、使命感;第三，将本职岗位价值最大化，并坚持以\"结果为导向\"的行事风格。第四，易流事业的\"奋斗者\"应该时刻具备危机意识，并在工作中持续改进;第五，易流事业的\"奋斗者\"应该具有钻研、学习、不断创新的精神。我个人非常认同这几个观点，特别是我们部门最近也是一直再以学习来提升自己对工作和为人处事上的一些观点吧。

对于这几点要求，并不是独立的，其本身就是紧密联系，相辅相成的。其实对从事的工作的认同和热爱的前提就是，\"选我所爱，爱我所选\".只有热爱自己的工作，才会对工作充满激情，才会有强烈的责任感，才会在工作中创造出最大的价值。而要实现价值的最大化，除了需要激情和责任感以外，还需要坚持以\"结果为导向\"的行事风格。海燕经常和我们说的一句话，过程很重要，但是做事更注重的是结果，就像我们在服务的过程中是要做到细心，但我们更要明白是，是否保质保量的处理好事情，如果过程再完美结果没有完成或者说结果不是我们想要的，那也是无功于世，只有目标明确，才会有更大的动力。像我们服务行业，个人素质和态度也是奋斗者的必备因素之一，掌握我们整个公司的服务动态方针和平台的操作使用，并时刻保持危机感，提高危机意识，在提高自身的修养和素质。就像张总说的不是我们的服务有多好，而是竞争对手太落后，如果我们不前进对手必会追上，我们需要不断的学习和吸收他人的长处，改正自身的缺点，做到扬长避短。比如我个人来说，情绪的波动还是比较大，有时还不能冷静处理事情，调整心态问题也不止说过一次，但这些都是还要学习和改进的地方。

如何实现\"奋斗者\"的价值?

我在思考，要怎么实现\"奋斗者\"的价值呢?我该如何成为一个奋斗者?

作为易流的一名工作人员，我们不仅仅是一名工作者，我更应该是热爱易流的，要以易流的发展作为我最终极目标，努力的把易流推向世界化，这不井井是公司的上述，也是我们在坐各位同仁共同的一个目标，在目标明确的情况下，易流也为我们的工作和发展提供了一个很好的平台，在物质上，易流一定会给予\"奋斗者\"丰厚的物质回报;在精神上，易流会倡导建立\"以奋斗者为本\"的理念。在易流我个人是深有体会，我在这是因为相信而看见，因为看见而感动，也是为感动和感激而留下成为易流事业的一位\"奋斗者\",公司是我们的一个大家庭，他给我们营造出一个尊重、信任、理解的文化氛围;让每一位\"奋斗者\"都富有激情、富有责任感、富有使命感的去进行创造和创新;也给\"奋斗者\"们公平感、成就感、认同感和发展的空间。在这样的条件下，我们应持着公司的服务方针以\"客户为中心、以奋斗者为本、坚持\"转变、创新、服务\"\"的经营理念，以\"全面提升公司整体竞争力\"的经营方针为指导思想，奋斗，奋斗，再奋斗。我相信，不管是管理阶层，还是销售阶层，哪怕是作为一名客服人员的我们，也能成为一名为公司为社会做出贡献的\"奋斗者\",不断地为公司为社会做出更大的贡献。我相信我们一定行，让我们一起携手创造出更好的明天，一起奋斗吧。

作为员工，我们应该多自我提高，多涉猎各方面知识，感谢公司提供工作平台，努力把握机会，尽自己最大努力为公司献出绵薄之力，让我们为将来的世界级物流服务公司奋斗吧，与易流共进退共奋斗，诚祝公司稳步向前!

以客户为中心，以奋斗者为本读后感

作为基层管理者，我第一时间就被《以客户为中心》这本书的书名吸引了。在这一个月的时间里，我细细阅读，慢慢回味以客户为中心这个贯穿华为业务管理的基本理念。

短短几年，华为迅速成长，这种惊艳的速度令人惊叹和折服。在感叹之余，更陷入深深的思考，华为的成功秘诀到底是什么?

一、为客户服务是华为成功的唯一理由

企业的成功首先是站在客户的角度，为客户提供服务，帮客户赚钱，为客户创造价值，让客户成功，不是企业以自我为中心去赚客户的钱，也不是企业以利润为导向追求利润的最大化，而是我们要追求利润的适量化，在成就客户的同时获得合理的利润，形成双赢局面，共同发展壮大自身。核心就是要求企业换位思考，在帮助客户成功的过程中成就自我。在这过程中企业需要通过质优量足、务实、高效的服务为客户实现价值。

二、了解客户需要，才能以客户为中心

中石化的目标是建成基业长青的世界一流能源化工公司，目标的实现需要中石化占领更广阔的市场，就需要我们的企业获得更多的客户资源，就更需要我们的企业坚持以客户为中心，竭尽所能为客户提供更优质的服务。新时代的客户需求，已经不仅局限在对油品的质优良足要求上，更注重消费体验感。

我们现在的客户，从50后到90后，跨越了两到三代人，年龄结构复杂，每代人的消费理念不尽相同，需求层次复杂多变，对我们的营销要求高。但是，万变不离其宗的是，不管哪类客户，消费的基本需求无一例外的就是对产品质量和服务质量的追求。

三、用双优来打动并留住客户

企业品牌建设，是一个长期的过程。响当当的品牌，是客户用脚投票的结果。我们的目标是建成基业长青的世界一流能源化工公司，目标的实现需要中石化占领更广阔的市场。目前成品油流通体制全部放开，石油定价已经透明，其他石油巨头、实力较强的民营、外国企业都加入到蛋糕的抢夺中，成品油市场由垄断转向竞争，加之电动革命的快速发展，我们的市场已经完全变为买方市场等。内外环境的变化，决定了我们的企业想获得更多的客户资源，就需要我们的企业坚持以客户为中心，用优质产品和优质服务留住客户。

品牌的核心是诚信，诚信的保证是质量。客户的需求，是我们努力的方向。回顾我们的油品质量获得社会广泛认可的过程，就是我们多年来对油品质量坚持的过程。经过多年对油品质量的不断提升，每一滴油都是承诺已从宣传口号，真正地融入了油品品质。

除了有质量的油品，客户还需要有质量的服务。与质优良足的油品相比，我们多年来的卖方市场地位导致了我们在服务方面是存在短板的。坚持以客户为中心，快速响应客户需求，持续为客户创造长期价值进而成就客户，为客户提供针对性强、效率高的服务，将发现和解决客户内心的消费痛点转变为日常工作的方向，进一步提升服务质量，让客户在消费的过程中体验感更愉悦，将客户满意度作为衡量一切工作的准绳，在成就客户的同时，也创造和提升了自身价值。

作为每天直接面对客户的基层管理者，今后将始终从为客户服务为工作出发点，通过不断改进服务，从方便客户、深入了解客户真实需求出发，用开放合作的态度，赢得客户赞誉，不断为企业经营发展助力。

**以奋斗者为本读后感450 华为以奋斗者为本读后感七**

资源是会枯竭的，唯有文化才会生生不息。一切工业产品都是人类智慧创造的。华为没有依存的自然资源，唯有在人的头脑中挖掘出大油田、大森林、大煤矿……——任正非

从20xx年初进入云服务公司，眨眼间就过去了两年多了。在工作上，不断追求极致，希望能够最大程度上为公司为客户带来价值。在读完《以奋斗者为本》后，我想我也算得上一名奋斗者。

何为“奋斗者”呢?

“奋斗者”是能够为他所服务的企业、客户创造实实在在的价值;“奋斗者”是通过自己的努力与付出，提升个人的综合能力，并能够实现个人成就。“奋斗者”是能够为整个社会前进发展做出一定贡献的，同时也一定会为自己所从事的领域、行业做出突出性贡献并受到社会所尊重的人;

以客户为中心，企业才能活下去

我做事一直秉着“先把事情做好，钱自然就会来了”的原则去做好本职工作。站在用户、客户的角度去思考问题，不断地创新、拓展。

天底下唯一能给我们钱的，只有客户。客户是我们生存的唯一理由。我们、企业必须为客户服务。公司经营目标不能追求利润最大化，利润最大化实际上就是在榨干未来，伤害了战略地位。深淘滩，低作堰。

为什么是以奋斗者为本

我们奋斗的目的，主观上是为自己，客观上是为国家、社会、为人民。但主客观的统一确实是通过为客户服务来实现的。没有为客户服务，主客观都是空的。

要为客户做好服务，就要选拔优秀的员工，而且这些优秀员工必须要奋斗。要使奋斗可以持续发展，必须使奋斗者得到合理的回报，并保持长期的健康。但是，无限制的拔高奋斗者的利益，就会使内部运作出现高成本，就会被客户抛弃，就会在竞争中落败，最后反而使奋斗者无家可归。这种不能持续的爱，不是真爱。

以客户为中心，以奋斗者为本是两个矛盾的对立体，它就构成了企业的平衡。难以掌握的开放，妥协，灰度，考验所有的管理者。

如何做好团队领导者?

——开放、妥协、灰度是企业文化精髓，也是一个领导者的风范

魅力：干部需要长期艰苦奋斗，要有敬业和献身精神，实事求是，要有自我批判精神，以身作则，不断提升自身职业化水平，开展组织建设，帮助下属成长。

魄力：承受压力的能力，也就是使命和责任。担负公司文化和价值观的传承，有清晰的主攻方向，抓住主要矛盾，带领团队实现组织目标。站在全局立场，不断改进端到端的业务服务流程。

眼力：看到方向，挖掘人才，发现风险(矛盾)。建立公平公正的考核奖罚制度，完善规范业务流程，提拔干部，挖掘人才。

一个不开放的文化，就不会努力地吸取别人的优点，逐渐会被边缘化。一个不开放的组织，迟早就会成为一潭僵水。创新是站在别人的肩膀上前进的，同时像海绵一样不断吸取别人的优秀成果，而并非是封闭起来的“自助创新”.

我们在前进的路上，随着时间、空间的裱花，必要的妥协是重要的。没有宽容就没有妥协;没有妥协就没有灰度;不能依据不同的时间、空间，掌握一定的灰度，就难有合理审时度的正确决策。开放、妥协的关键是如何掌握好灰度。

有效地提高管理效率，是企业的唯一出路

客户的本能就是选择质量好、服务好、价格低的产品。而这个世界上又存在众多的竞争对手，我们质量不好，服务不好，光靠客户关系维持，必是死路一条，只是时间问题。在互联网时代，技术进步比较容易，而管理进步比较难，难就难在管理的变革，触及的都是人的利益。

我们想要在竞争中保持活力，就要在管理上改进，首先要去除不必要的重复劳动;在监控有效的情况下，缩短流程，减少审批环节;要严格确定流程责任制，充分调动中下层必须承担责任，在职权范围内正确及时决策;把不能不敢承担责任的干部，调整到操作岗位上去;吧明哲保身或技能不足的干部从管理岗位换下来;要去除论资排辈，把责任心、能力、品德及人际沟通能力、团队组织协调能力……，作为选拔干部的导向。个人永远无法比团队强大，团队精神尤其重要。团队精神的积累就形成了团队和企业的文化。有了文化，企业才能走得更远。

铁军是打出来的，兵是爱出来的

古往今来凡能打仗的部队，无一例外，都是长官爱惜士兵，不然就不会有士为知己者死。

“狼狈组织计划”，是从狼与狈的生理行为归纳出来的。狼有敏锐的嗅觉，团队合作精神。而狈非常聪明，因为个子小，前腿短，在进攻时是不能独立作战的，因而他跳跃时是抱紧狼的后部，一起跳跃。就像舵一样的操控狼的进攻方向。狈很聪明。很有策划能力，以及很细心。狼与狈是一种合作的精神，而不是一提合作精神，就理解为加班加点，拼大力，出苦命。

作为品牌设计团队的领导者，我们团队就像是给狼狈做更好的装备，强化战斗力。是一个催化剂的作用。催化剂的作用就是，最大程度或超出地去发挥整体的效果。我们代表着企业的形象，公司的衣着外观。我们更需要加强内涵和质量，不能光靠外表去吸引客户。

胜则举杯相庆，败则拼死相救

别人干得好，我为他高兴;他干得不好，我们帮帮他，这是团队的精神。不管谁胜了，都是我们的胜利，我们大家一起庆祝;不管谁败了，都是我们的失败，我们拼死去救。企业的文化就这样逐渐形成了。我们要用制度来保证这种精神传承，要让为全流程做出贡献的人，按贡献分享到成果。

最后让我们团结起来、共同奋斗，共创未来。这就是我们的目标。相信云服务公司在以后的日子里，有大家的努力，会越来越好，在这里感谢公司，感谢每一位奋斗者。

**以奋斗者为本读后感450 华为以奋斗者为本读后感八**

资源是会枯竭的，唯有文化才会生生不息。一切工业产品都是人类智慧创造的。华为没有依存的自然资源，唯有在人的头脑中挖掘出大油田、大森林、大煤矿……——任正非

从13年初进入云服务公司，眨眼间就过去了两年多了。在工作上，不断追求极致，希望能够最大程度上为公司为客户带来价值。在读完《以奋斗者为本》后，我想我也算得上一名奋斗者。

何为“奋斗者”呢?

“奋斗者”是能够为他所服务的企业、客户创造实实在在的价值;“奋斗者”是通过自己的努力与付出，提升个人的综合能力，并能够实现个人成就。“奋斗者”是能够为整个社会前进发展做出一定贡献的，同时也一定会为自己所从事的领域、行业做出突出性贡献并受到社会所尊重的人;

以客户为中心，企业才能活下去

我做事一直秉着“先把事情做好，钱自然就会来了”的原则去做好本职工作。站在用户、客户的角度去思考问题，不断地创新、拓展。

天底下唯一能给我们钱的，只有客户。客户是我们生存的唯一理由。我们、企业必须为客户服务。公司经营目标不能追求利润最大化，利润最大化实际上就是在榨干未来，伤害了战略地位。深淘滩，低作堰。

为什么是以奋斗者为本

我们奋斗的目的，主观上是为自己，客观上是为国家、社会、为人民。但主客观的统一确实是通过为客户服务来实现的。没有为客户服务，主客观都是空的。

要为客户做好服务，就要选拔优秀的员工，而且这些优秀员工必须要奋斗。要使奋斗可以持续发展，必须使奋斗者得到合理的回报，并保持长期的健康。但是，无限制的拔高奋斗者的利益，就会使内部运作出现高成本，就会被客户抛弃，就会在竞争中落败，最后反而使奋斗者无家可归。这种不能持续的爱，不是真爱。

以客户为中心，以奋斗者为本是两个矛盾的对立体，它就构成了企业的平衡。难以掌握的开放，妥协，灰度，考验所有的管理者。

如何做好团队领导者?

——开放、妥协、灰度是企业文化精髓，也是一个领导者的风范

魅力：干部需要长期艰苦奋斗，要有敬业和献身精神，实事求是，要有自我批判精神，以身作则，不断提升自身职业化水平，开展组织建设，帮助下属成长。

魄力：承受压力的能力，也就是使命和责任。担负公司文化和价值观的传承，有清晰的主攻方向，抓住主要矛盾，带领团队实现组织目标。站在全局立场，不断改进端到端的业务服务流程。

眼力：看到方向，挖掘人才，发现风险(矛盾)。建立公平公正的考核奖罚制度，完善规范业务流程，提拔干部，挖掘人才。

一个不开放的文化，就不会努力地吸取别人的优点，逐渐会被边缘化。一个不开放的组织，迟早就会成为一潭僵水。创新是站在别人的肩膀上前进的，同时像海绵一样不断吸取别人的优秀成果，而并非是封闭起来的“自助创新”.

我们在前进的路上，随着时间、空间的裱花，必要的妥协是重要的。没有宽容就没有妥协;没有妥协就没有灰度;不能依据不同的时间、空间，掌握一定的灰度，就难有合理审时度的正确决策。开放、妥协的关键是如何掌握好灰度。

有效地提高管理效率，是企业的唯一出路

客户的本能就是选择质量好、服务好、价格低的产品。而这个世界上又存在众多的竞争对手，我们质量不好，服务不好，光靠客户关系维持，必是死路一条，只是时间问题。在互联网时代，技术进步比较容易，而管理进步比较难，难就难在管理的变革，触及的都是人的利益。

我们想要在竞争中保持活力，就要在管理上改进，首先要去除不必要的重复劳动;在监控有效的情况下，缩短流程，减少审批环节;要严格确定流程责任制，充分调动中下层必须承担责任，在职权范围内正确及时决策;把不能不敢承担责任的干部，调整到操作岗位上去;吧明哲保身或技能不足的干部从管理岗位换下来;要去除论资排辈，把责任心、能力、品德及人际沟通能力、团队组织协调能力……，作为选拔干部的导向。个人永远无法比团队强大，团队精神尤其重要。团队精神的积累就形成了团队和企业的文化。有了文化，企业才能走得更远。

铁军是打出来的，兵是爱出来的

古往今来凡能打仗的部队，无一例外，都是长官爱惜士兵，不然就不会有士为知己者死。

“狼狈组织计划”，是从狼与狈的生理行为归纳出来的。狼有敏锐的嗅觉，团队合作精神。而狈非常聪明，因为个子小，前腿短，在进攻时是不能独立作战的，因而他跳跃时是抱紧狼的后部，一起跳跃。就像舵一样的操控狼的进攻方向。狈很聪明。很有策划能力，以及很细心。狼与狈是一种合作的精神，而不是一提合作精神，就理解为加班加点，拼大力，出苦命。

作为品牌设计团队的领导者，我们团队就像是给狼狈做更好的装备，强化战斗力。是一个催化剂的作用。催化剂的作用就是，最大程度或超出地去发挥整体的效果。我们代表着企业的形象，公司的衣着外观。我们更需要加强内涵和质量，不能光靠外表去吸引客户。

胜则举杯相庆，败则拼死相救

别人干得好，我为他高兴;他干得不好，我们帮帮他，这是团队的精神。不管谁胜了，都是我们的胜利，我们大家一起庆祝;不管谁败了，都是我们的失败，我们拼死去救。企业的文化就这样逐渐形成了。我们要用制度来保证这种精神传承，要让为全流程做出贡献的人，按贡献分享到成果。

最后让我们团结起来、共同奋斗，共创未来。这就是我们的目标。相信云服务公司在以后的日子里，有大家的努力，会越来越好，在这里感谢公司，感谢每一位奋斗者。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！